



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN**

**EFFECTO DEL USO DE LOS EMOTICONES EN LA  
RETROALIMENTACIÓN DEL MENSAJE EN LAS ALUMNAS DE  
5<sup>TO</sup> DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA  
SAGRADO CORAZÓN DEL DISTRITO DE CHORRILLOS 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Autor:**

**CRUZADO MOTTA, STEPHANIE ROCÍO**

**Asesor:**

**Mg. Mario Castillo Hilario**

**Línea de Investigación**

**PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD  
CONTEMPORÁNEA**

**LIMA – PERÚ**

**2017-**

## **PÁGINA DEL JURADO**

---

Presidente

MG. Cesar Smith

---

Secretario

MG. Hilmer Luna Cabrera

---

Vocal

MG. Iturrizaga Martín

## **DEDICATORIA**

Esta investigación se la dedico a mis padres que siempre estuvieron dándome su apoyo condicional para que pueda llegar a ser una profesional a pesar de los obstáculos que se me presentaban y también a mis compañeros que estuvieron conmigo hasta las últimas.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis compañeros que me ayudaron en mi tesis y a los profesores que me corrigieron mis errores y me guiaron en el orden para tener un excelente desarrollo de investigación.

### **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

Yo Stephanie Rocio Cruzado Motta con DNI N° 47070281, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, lunes 17 de julio del 2017

---

**Stephanie Rocio Cruzado Motta**

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Efecto del uso de los emoticones en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la institución educativa sagrado corazón del distrito de chorrillos 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada de Ciencias de la Comunicación

Cruzado Motta, Stephanie Rocio

## ÍNDICE

### PAGINAS PRELIMINARES

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaración de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi

<b>RESUMEN.....</b>	<b>ix</b>
---------------------	-----------

<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
----------------------	----------

### I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática.....	11
1.2. Trabajos Previos.....	12
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	13
1.4. Justificación del estudio.....	18
1.5. Formulación del Problema.....	19
1.6. Objetivos.....	20
1.7. Hipótesis.....	20

### II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación (ENFOQUE, TIPO, NIVEL).....	22
2.2. Variables, operacionalización.....	22
2.3. Población y Muestra.....	25
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	26
2.5. Métodos de análisis de datos.....	28
2.6. Aspectos éticos.....	29

<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>30</b>
-----------------------------	-----------

3.2. Prueba de hipótesis.....	52
-------------------------------	----

<b>4. DISCUSIÓN.....</b>	<b>63</b>
--------------------------	-----------

<b>5. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>65</b>
---------------------------	-----------

<b>6. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>66</b>
--------------------------------	-----------

<b>7. REFERENCIAS.....</b>	<b>67</b>
----------------------------	-----------

#### **ANEXOS**

✓ Instrumentos.....	69
✓ Validación de los instrumentos.....	72
✓ Matriz de consistencia.....	78
✓ Programa spss.....	81
✓ Prueba del Chi Cuadrado.....	82
✓ Carta de permiso.....	83
✓ Imágenes.....	84
✓ Turnitin.....	85



## RESUMEN

En la presente investigación se planteó el siguiente problema general: ¿De qué manera el uso de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017?, asimismo se determinó el siguiente objetivo general: Establecer de qué manera el uso de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017, se utilizó la prueba de coeficiente V de Aiken, Alfa de Cronbach y el Chi Cuadrado, el instrumento de la encuesta con un factor de validación de 94% y confiabilidad de 0.94. Llegando a la siguiente conclusión que las alumnas encuestadas casi siempre afecta la imagen de los emoticones generando siempre una retroalimentación comprensiva del mensaje. Donde que se comprueba efectivamente el uso de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje por parte de las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón, en el presente año 2017.

Palabras claves: Emoticones, Retroalimentación del mensaje, feedback positivo, feedback negativo.

## **ABSTRACT**

In the present investigation the following general problem was raised: How does the use of emoticons affect the feedback of the message on the 5th grade students of the Sacred Heart Educational Institution of the Chorrillos district 2017? Next general objective: To establish how the use of emoticons affects the feedback of the message in the 5th grade students of the Sacred Heart Educational Institution of the district of Chorrillos 2017, we used the A coefficient test of Aiken, Alpha of Cronbach and Chi Square, the survey instrument with a validation factor of 94% and reliability of 0.94. Coming to the following conclusion that the students surveyed almost always affect the image of the emoticons generating always a comprehensive feedback of the message. Where it is verified the use of emoticons affects in the feedback of the message by the students of 5th grade secondary school of the Educational Institution Sacred Heart, in the present year 2017.

Keywords: Emoticons, Feedback of the message, positive feedback, negative feedback.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene por finalidad conocer cómo el uso de los emoticones afecta la retroalimentación del mensaje en las alumnas de quinto de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos. La investigación servirá para conocer como los emoticones sustituyen de forma visual en la retroalimentación del mensaje de las palabras que son aplicadas en los canales de mensajería instantáneos vía internet.

Los emoticones son expresiones faciales o pequeñas imágenes que añadimos en los mensajes electrónicos. Hoy en día es una herramienta muy utilizada por los adolescentes y jóvenes con el objetivo de que el mensaje sea más expresivo con las emociones, como: alegre, triste, enojo, miedo, melancolía, pánico, ternura, simpatía entre otros. Estas nuevas formas de expresiones emocionales son productos de la necesidad de los cibernautas que actualmente son parte de la cultura digital.

Las redes sociales nos dan la oportunidad de interactuar en la vida de los demás, a través de fotos, videos, mensajes, etc. Es rápido el envío de mensaje, pero a su vez trae un gran cambio específicamente en el lenguaje verbal, además los emoticones o emoticón se dio a conocer en 1982 por el científico Scott. E. Falhman por lo que el nombre emoticones proviene de la emoción e icono siendo de caracteres ASCII que son expresiones emocionales; existen clasificaciones de los emoticones ya que la primera clasificación es el código occidental y oriental.

Los emoticones occidentales son leídos con la cabeza inclinada a 90° en forma vertical hacia la izquierda a la altura del hombro izquierdo por ejemplo: : - ) : - ( : o ) : s 8 - ) etc.

Los emoticones orientales también llamados Kaomiji son leídos en forma horizontal, de frente. Por ejemplo: (^o^) (^\_^) (+\_+) (@\_@) etc, cuenta con tres caracteres que son importantes para conformar los kaomiji y son los paréntesis que representan la silueta del rostro, el acento circunflejo ^ que representan los ojos y la O que viene hacer la boca.

La segunda clasificación es según lo que deseas transmitir por lo que la primera tipología es la que expresa emoción del emisor a través de expresiones faciales que a veces acompañan al saludo como por ejemplo: :D : ) ) , entre otros; la segunda tipología contribuye en la interpretación del mensaje; su función de los símbolos es la ironía representada en el enunciado mientras que la tercera clasificación son los iconos emotivos que son utilizados en los emoticones.

Por ello este estudio busca saber cómo el uso de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje a través de un cuestionario, sabemos que en la actualidad la mayoría de personas utilizan siempre los emoticones al mandar un mensaje siendo más fácil para ellos poder expresar sus emociones con los iconos y símbolos. Siendo motivo para estudiar el efecto del uso de los emoticones en la retroalimentación del mensaje en las alumnas.

Según **Cuadrado, Mora, Fernández (2015)** en su tesis de doctorado: “La expresión de las emociones en la comunicación virtual: El Ciberhabla” demostró que este tipo de comunicación comparte con la escritura y la interpretación oral, sin embargo han dado lugar a la aparición de los emoticones. Su objetivo general está planteado en analizar el uso y las funciones con personas de distintas edades emplea los emoticones. Fue una investigación cualitativa, realizando una muestra de mensajes extraídos y una encuesta a las personas. La investigación tuvo como conclusión que el uso de los emoticones se utilizan para transmitir información en los mensajes, sin embargo ocasiona problemas a la hora de descifrar el significado de algunos símbolos en pocas palabras puede haber una mala comprensión en el mensaje que el emisor pretendía transmitir.

Según **Sanchez y Reyes (2015)** en su tesis de Licenciado: “Alteración de los signos en el uso de los mensajes de texto escritos por jóvenes en la lengua española” demostró que los signos de los emoticones se alteran en los mensajes de texto escrito; por lo que las alteraciones lingüísticas están cambiando constantemente y adaptándose a las nuevas generaciones. Su objetivo general es demostrar cómo es que la alteración de los signos dificulta la comprensión o buena interpretación del mensaje. Fue una investigación teórica, realizando una encuesta a un grupo de jóvenes entre 17 a 22 años donde se logró mostrar la alteración de

los signos en el uso de los mensajes de texto escrito de los encuestados. La investigación tuvo como conclusión que los emoticones si alteran en el uso de los mensajes de texto escrito existiendo diversos tipos de alteraciones como: omisión de letras, sustitución de caracteres, aumentar letras, falta de ortografía, signos y puntuaciones afectando directamente la comprensión del mensaje y puede provocar malos entendidos o cambiar el sentido del texto.

Según **Fernández, Fonseca, Schmidt y Vargas (2011)** en este artículo “*El impacto del uso de la mensajería instantánea (IM) y la mensajería de texto vía celular (SMS) en la comunicación verbal de los estudiantes de primer ingreso en el 2011 de la escuela Ciencias de la Comunicación de la Universidad Costa Rica*”, explica que los espacios donde confluyen una gama de signos y símbolos que son creados o usados por sus usuarios con el fin de abarcar la comunicación no verbal que se da en los espacios como, SMS y chats permiten que los usuarios utilicen emoticones. Su objetivo general está planteado en explicar el impacto que tiene el uso de mensajería instantánea y la mensajería de texto vía celular. Fue una investigación cuantitativa realizando una serie de encuestas y un grupo focal, donde se logró demostrar el impacto de los mensajes instantáneos y del texto vía celular en los estudiantes. La investigación tuvo como conclusión que genera un impacto ya que influye en el receptor para que posteriormente pueda comprender el mensaje.

Adicionalmente a ello se encuentran varios expositores cuyas teorías sirven para la base teórica que se utilizara en esta investigación es la teoría de Warren Weaver, la cual nos dice que hay tres niveles en los que se abordan los problemas de la comunicación: técnico, semántico y pragmático sobre la teoría:

Weber señala que:

“cada nivel se abre en una dimensión de análisis e interpretación diferentes. En el nivel técnico se enfrentan problemas relacionados a la fidelidad con que cierta información puede ser transmitida desde un emisor a un receptor; en el nivel semántico se estudian cuestiones relativas al significado e interpretación de un mensaje; y en el nivel pragmático se enfoca la comunicación desde el punto de vista de sus consecuencias en el comportamiento manifestado de las personas”. (Otero, 2004, p.82).

Nivel Técnico: Se enfrentan problemas relacionados a la fidelidad. Con que cierta información puede ser transmitida desde un emisor hacia un receptor. Se refiere como llega el mensaje escrito.

Nivel Semántico: Se estudian cuestiones relativas al significado e interpretación de un mensaje. Es decir cómo interpreta el receptor el mensaje.

Nivel Pragmático: Se enfoca la comunicación desde el punto de vista de sus consecuencias en el comportamiento de las personas. Es decir como influye en el comportamiento de las personas.

De este modo, esta teoría se relaciona con la investigación porque:

- Los emoticones son reemplazo de los símbolos, que transmiten un significado en el mensaje que manda el individuo al receptor.
- Los emoticones son parte de la semiótica por ser un icono, signo, símbolo, abreviatura, etc., en este caso la teoría lingüística sobre los temas de signos parten en una teoría llamada semiología.

Umberto Eco (1976) señaló que:

“para la semiótica de la cultura, todo puede ser un signo. Un signo es algo que sustituye a algo. Es todo aquello que puede ser utilizado para mentir. Son signos las palabras, las imágenes, los materiales de una casa, los ornamentos, los uniformes, etc. todo comunica un mensaje”. (p.110).

El uso de los emoticones son el conjunto de dibujos que sirve para expresar emociones o ideas que acompañan a la conversación para reforzar el contenido de los medios de comunicación que son las redes sociales. Los emoticones son el reemplazo de los indicadores no verbales y hoy en día son muy utilizados para sustituir las palabras dentro de una frase.

Viladot P. (2012) señaló que:

“los emoticones son la presentación de los símbolos del teclado que se utilizan de manera tal que reflejan expresiones faciales. Se asume extensamente que expresan emoción y con frecuencia se lo describe como sustitutos emocionales como asentir con la cabeza, las expresiones faciales, la postura y el contacto visual que se encuentran

en la comunicación cara a cara, cuando nos comunicamos por ordenador a menudo incorporamos emoticones como indicadores visuales para acrecentar el significado de los mensajes electrónicos textuales". (p. 234)

Esta variable se considera independiente porque los emoticones no dependen de los usuarios para poder funcionar, siempre estarán en las redes sociales cuando necesiten utilizar de los emoticones.

Las emociones son representaciones de los emoticones, que expresan reacciones que todos experimentamos: alegría, tristeza, ira, miedo, etc. Habitualmente esto se produce en los seres humanos por ello se le conoce como emoción a la alteración de ánimo y contexto de quien utiliza; a continuación varios conceptos de distintas fuentes.

Stephen P. (2004) señalo que:

"las emociones son sentimientos intensos que se dirigen a algo o alguien. Las emociones no son un rasgo, sino una reacción a un objeto y son específicas de éste. Uno muestra sus emociones cuando siente "feliz por algo, enojado con alguien, temeroso de algo". Las emociones se convierten en estados de ánimo cuando dejan de centrarse en el objeto del contexto y carecen de estímulo contextuales". (p. 106)

La expresión facial representa los rasgos de la cara en movimiento para conseguir una mejor comprensión de lo que nos comunican los demás; aparte de manifestar emociones y actitudes, la expresión facial es utilizada principalmente para regular interacción y reforzar al receptor; por ello las expresiones faciales son uno de los comportamientos no verbales ayudando una mejor interpretación en el mensaje transmitido por el emisor.

El estado de ánimo son actitudes o disposición emocional donde que se suele hablar de bien y de mal estado de ánimo, el estado de ánimo es una relación entre dos variables: la energía y tensión que pueden ser provocados de manera experimental por lo cual representan los pensamientos y conductas.

En el caso los iconos viene de la palabra griego y significa imagen o representación que sustituye al objeto y es ampliamente utilizado en diversos ámbitos; se emplea para referirse a imágenes, signos y símbolos prácticamente se puede decir que

todo lo que nos rodea en las sociedades contemporáneas son símbolos, iconos o imágenes representativas.

Jean K. (2006) señalo que:

“los iconos son unos signos motivados y por semejanza como por ejemplo: fotocopias, imágenes, maqueta de un avión, la amplitud de gestos. Estos signos son motivados, y son no correspondientes por ser relacionados, como lo demuestra los últimos ejemplos. Es cierto que los signos icónicos visuales dieron lugar a los debates teóricos”.  
(p.187)

La imagen es origen del latín y describe a la figura, representación de diseños, pinturas, imágenes cinematográficas. Estas imágenes son percibidas por los sentidos del mundo exterior por ello cuenta con tipos de imágenes como los visuales, las sonoras y audiovisuales.

La formas es un conjunto de los gestos, expresiones, actitudes, etc que los seres humanos utilizamos al comportarnos con las demás personas.

El color es producido por un tono de luz en los órganos visuales emitida por objetos, es una percepción visual que genera el cerebro del ser humano y animales a través de los ojos.

La retroalimentación del mensaje es el proceso a través del cual la persona que recibe un mensaje se comunica con la persona que envió el mensaje implica un canal doble de comunicación, que va desde el emisor hasta el receptor y de vuelta por ello esta variable se le considera dependiente.

Ortiz (2007) señalo que:

“la retroalimentación o feedback es la respuesta que da el receptor a la comunicación del emisor. Son los mensajes que devuelve como consecuencia del comunicado. El feedback cierra el proceso de la escucha activa, revelando al interlocutor que hemos captado e interpretado correctamente la intención de su mensaje desde su punto de vista”. (p. 89).

Gracias a la retroalimentación del mensaje se puede hablar de la percepción que es el proceso activo-constructivo en el receptor construyendo un esquema



informativo y datos archivados en su conciencia, se define como un conjunto de proceso y actividad con relación a la estimulación que alcanza a los sentidos que representa al tipo de información obtenida y la forma en que se consigue.

Carranza, Calvo, Perez (1986) coinciden que:

“la percepción es definida como un proceso continuo de exploración y extracción de información. Consistiendo en la diferencia del perceptor experto y el inexperto, ya que el primero obtiene información de estímulo mientras que el segundo no es aun sensible”. (p. 72)

La manifestación es la forma como manifestamos los pensamientos, actitudes o sentimientos de la palabra o gestos del comportamiento a través del mensaje que mandamos al receptor ya sea positivo o negativo.

La distorsión es la perdida de información del mensaje en el receptor de lo que oye y comprende el modelo del pensamiento preexistente que lo transforma en experiencias previas y prejuicios.

La retención es la información que retenemos y comprendemos ya que con el tiempo iremos olvidando conforme a las necesidades que tenga el receptor.

También es importante hablar de los tipos de feedback que generan una manera eficiente en la respuesta del mensaje que es el Feedback Positivo que transmite la conducta de alguien tras comprobar el mensaje percibido si cumple las expectativas generando un estado de equilibrio.

Pascual (2006) señalo que:

“La información de retorno que conduce al cambio en las propiedades estructurales del sistema y, por ende, a la pérdida de su estabilidad o equilibrio”. (p.117)

La comprensión es entender, justificar o contenido del mensaje; por ello es el alcance de entender lo que se lee; esto quiere decir de una habilidad intelectual que no solo se trata de entender palabras o frases sino de captar de manera correcta el significado de un texto o respuesta de un mensaje.

El ánimo es usado para alentar o esforzar a una persona a través de las ideas de energía, voluntad, valor y esfuerzo; también está vinculado a las intenciones y deseos del individuo.

La aprobación es considerar que algo está bien o válido, permite darnos cuenta del consentimiento, conformidad que el individuo sostiene sobre la respuesta del mensaje.

Por ultimo hablaremos del Feedback Negativo se expresará en desacuerdo, desánimo, incompreensión por ello se le considera negativo cuando es expresado mediante un mal vocabulario, malas expresiones y un mal comportamiento no deseado que debe ser corregido. Si este feedback no es transmitido apropiadamente no solo ayudara a crecer sino que resultara inútil y perjudicial.

Pascual (2006) señala que:

“El feedback negativo se refiere, en este sentido, a la información relativa a las desviaciones o errores de la condición deseada, a la discrepancia entre el desarrollo real y el objetivo, que enriquece al sistema con la información de retorno, de modo que las reparaciones sean posibles”. (p.117)

El desacuerdo es la discrepancia en ideas, acciones o falta de acuerdo respecto a una diferencia de opinión o actitud de una cosa, disconformidad.

El desánimo es desalentar, quitar el ánimo a alguien de hacer algo; puede ser causado por motivos muy distintos como: la tristeza de una noticia, una crisis existencial, la soledad, cansancio por ello está vinculado con el pensamiento negativo a través de la forma en que piensas.

La Incompreensión es la falta de comprensión del mensaje, ya sea interrumpida la comunicación; es la reacción que se da al no entender, no aceptar lo que dice.

La investigación es importante porque se podrá conocer si los emoticones afectan a la retroalimentación del mensaje por lo que se realizara una encuesta en la Institución Educativa Sagrado Corazón que obtendremos resultados si realmente afecta en la retroalimentación del mensaje.

Actualmente ahí investigadores que han descubierto que los jóvenes utilizan muy frecuentemente los emoticones para interactuar y dar sentido al mensaje por el cual usan esas caritas; las funciones de los emoticones varían según el contexto y significado. Por lo cual los emoticones se han vuelto un componente fundamental de esa forma de expresión, ya que se ha dicho que las mujeres utilizan con mayor frecuencia los emoticones en vez de los hombres.

Con todo lo mencionado, esta investigación tiene por finalidad conocer los tipos de emociones de una manera más práctica e informal ha hecho que en la comunicación a través de estos servicios, los cibernautas empleen los “emoticones”; los cuales proceden históricamente de distintos lugares, de distintas épocas, por diferentes proveedores, con funciones y significaciones muy diversas. Es por ello que en esta investigación describirá si los emoticones afectan a la retroalimentación del mensaje que se realizara una encuesta en la Institución Educativa Sagrado Corazón que obtendremos si realmente afecta a la retroalimentación del mensaje.

Por ello, esta investigación servirá como un medio de consulta para los comunicadores que desean profundizar su tema o saber más de los emoticones que vienen siendo un boom en las redes sociales.

### **1.5. Formulación del Problema:**

#### **Problema General:**

¿De qué manera el uso de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la institución educativa Sagrado Corazón distrito de Chorrillos 2017?

#### **Problema Específico**

¿De qué manera el uso de la expresión de las emociones afecta en la percepción del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017?

¿De qué manera el uso de los iconos afecta en el feedback positivo del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la institución educativa Sagrado Corazón del distrito Chorrillos 2017?

¿De qué manera el uso de los iconos afecta en el feedback negativo del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la institución educativa Sagrado Corazón del distrito Chorrillos 2017?

## **1.6. Objetivo**

### **Objetivo General**

Establecer de qué manera el uso de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017.

### **Objetivo Especifico**

Describir de qué manera el uso de la expresión de las emociones afecta en la percepción del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017.

Describir de qué manera el uso de los iconos afecta en el feedback positivo del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la institución educativa Sagrado Corazón del distrito Chorrillos 2017.

Describir de qué manera el uso de los iconos afecta en el feedback negativo del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la institución educativa Sagrado Corazón del distrito Chorrillos 2017

## **1.7. Hipótesis**

### **Hipótesis General:**

Existe efecto del uso de los emoticones en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017.

**Hipótesis Específico:**

Existe efecto del uso de la expresión de las emociones en la percepción del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de chorrillos 2017.

Existe efecto del uso de los iconos en el feedback positivo del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la institución educativa Sagrado Corazón del distrito Chorrillos 2017.

Existe efecto del uso de los iconos en el feedback negativo del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la institución educativa Sagrado Corazón del distrito Chorrillos 2017.

## **II. MÉTODO.**

### **2.1. Diseño de investigación**

El enfoque de esta investigación es cuantitativo, por el tipo de investigación causal. Este nos permite tener resultados de forma también numérica como ejemplo el uso de las estadísticas y porcentajes.

“En el caso de la mayoría de los estudios cuantitativos, el proceso de aplica secuencialmente y de manera más rígida y estructurada” (Marcelo M. Gómez, 2006, pg.63)

El tipo de investigación viene hacer descriptivo/causal porque estudiaremos el efecto.

El nivel de la investigación será no experimental.

Según el Dr. Hernández Sampieri (2014) es la investigación que se elabora sin manipular deliberadamente las variables. Además, solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para posteriormente analizarlos.

### **2.2. Variables y operacionalización**

#### **2.2.1. Uso de los Emoticones (Variable Independiente):**

La palabra emoticones es representación de una expresión facial que son utilizados en los mensajes electrónicos para transmitir el estado de ánimo del remitente. La mayoría de personas han utilizado estos iconos en algún texto, para manifestar cualquier tipo de sentimiento.

#### **2.2.2. Retroalimentación del mensaje (Variable dependiente):**

Es la respuesta al mensaje ya que es necesaria para lograr la comunicación escrita con las imágenes o iconos, de esa manera el emisor está al tanto de que su mensaje sea recibido. También se puede definir como un proceso de acción con la finalidad de lograr un determinado objetivo de obtener la respuesta inmediata de diálogos.

### 2.2.3. Operacionalización de las variables:

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALAS DE MEDICIÓN
<b>Uso de los Emoticones</b>	<p>Según Viladot P. (2012) menciona que:</p> <p>Los emoticones son la presentación de los símbolos del teclado que se utilizan de manera tal que reflejan expresiones faciales. Se asume extensamente que expresan emoción y con frecuencia se lo describe como sustitutos emocionales como asentir con la cabeza, las expresiones faciales, la postura y el contacto visual que se encuentran en la comunicación cara a cara, cuando nos comunicamos por ordenador a menudo incorporamos emoticones como indicadores visuales para acrecentar el significado de los mensajes electrónicos textuales. (p. 234)</p>	<p>La palabra emoticones es representación de una expresión facial que son utilizados en los mensajes electrónicos para transmitir el estado de ánimo del remitente. La mayoría de personas han utilizado estos iconos en algún texto, para manifestar cualquier tipo de sentimiento.</p>	<p>Según Stephen P. (2004) menciona que:</p> <p>Las emociones son sentimientos intensos que se dirigen a algo o alguien. Las emociones no son un rasgo, sino una reacción a un objeto y son específicas de éste. Uno muestra sus emociones cuando siente “feliz por algo, enojado con alguien, temeroso de algo”.</p> <p>Las emociones se convierten en estados de ánimo cuando dejan de centrarse en el objeto del contexto y carecen de estímulo contextuales. (p. 106)</p>	Expresión facial	Ordinal
				Estado de ánimo	Ordinal

			Jean K. (2006) menciona que: Los iconos son unos signos motivados y por semejanza como por ejemplo: fotocopias, imágenes, maqueta de un avión, la amplitud de gestos. Estos signos son motivados, y son no correspondientes por ser relacionados, como lo demuestra los últimos ejemplos. Es cierto que los signos icónicos visuales dieron lugar a los debates teóricos. (p.187)	Imagen	Ordinal
				Forma	Ordinal
				Color	Ordinal
Retroalimentación del mensaje	Según Ortiz (2007) menciona que: La retroalimentación o feedback es la respuesta que da el receptor a la comunicación del emisor. Son los mensajes que devuelve como consecuencia del comunicado. El feedback cierra el proceso de la escucha activa, revelando al interlocutor que hemos captado e interpretado correctamente la intención de su mensaje	Es la respuesta al mensaje ya que es necesaria para lograr la comunicación escrita con las imágenes o iconos, de esa manera el emisor está al tanto de que su mensaje sea recibido. También se puede definir como un proceso de acción con la finalidad de lograr un determinado objetivo de	La percepción es definida como un proceso continuo de exploración y extracción de información. Consistiendo en la diferencia del perceptor experto y el inexperto, ya que el primero obtiene información de estímulo mientras que el segundo no es aun sensible. (Carranza, Calvo, Perez, 1986, p. 72)	Amabilidad	Ordinal
				Suspenso	Ordinal
			Pascual (2006) señalo que “La información de retorno que	Comprensión	Ordinal



	desde su punto de vista. (p. 89).	obtener respuesta inmediata diálogos.	la de	conduce al cambio en las propiedades estructurales del sistema y, por ende, a la pérdida de su estabilidad o equilibrio". (p.117)	Ánimo	Ordinal
					Aprobación	Ordinal
				Pascual (2006) señala que "El feedback negativo se refiere, en este sentido, a la información relativa a las desviaciones o errores de la condición deseada, a la discrepancia entre el desarrollo real y el objetivo, que enriquece al sistema con la información de retorno, de modo que las reparaciones sean posibles". (p.117)	Desacuerdo	Ordinal
					Desánimo	Ordinal
					Incomprensión	Ordinal

## 2.3. Población y muestra

### Población

Ya establecida la unidad de análisis, se comienza a delimitar a la población que va a ser estudiada en la presente investigación y sobre la cual se busca generalizar los resultados obtenidos. Podemos definir a la población como el conjunto de todos los casos que concuerdan con una secuencia de especificaciones. En esta ocasión y para esta investigación la población son todas las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos durante el periodo del 2017.

Se pudo calcular y la población en este caso son: 60 alumnas que están dentro de las especificaciones requeridas para la investigación.

## **Muestra**

La muestra es, en efecto, un subgrupo de la población. Se puede decir un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.

Por ser la población medible y cuantificable la muestra será de 60 alumnas. Se usa una muestra censal por considerar a toda la población.

## **2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1 Instrumento:**

En la presente investigación emplearemos como instrumento una encuesta para corroborar que la información obtenida sea verdadera y no provenga de suposiciones u opiniones parcializadas.

Según Gómez (2006) “Un cuestionario o encuesta consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. Básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas” (p.125).

Los datos recogidos por las encuestas se llevarán a tablas y gráficos que permitirán tabular y analizar.

### **2.4.2. Validez y confiabilidad:**

Para la realización de la validación se consultó a tres expertos para que aprobaran las técnicas e instrumentos de la investigación. A continuación se muestra el coeficiente  $v$  de Aiken y el alfa de Cronbach.

## cuantitativo

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	0	0	1	1	33%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					94%

### • COEFICIENTE DE V DE AIKEN

$$V = \frac{s}{n(c-1)}$$

Siendo:

S= la suma de si

Si= valor asignado por el juez i

n= número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración ( 2 en este caso)

items	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	suma	r1	r2	r3	r4	r5	r6	r7	r8	r9	r10	suma	Total
1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	40
2	2	2	3	1	1	2	4	3	2	2	24	2	2	3	2	3	2	4	3	2	2	25	49
3	3	4	3	2	1	3	3	2	2	3	29	3	4	4	2	3	3	3	2	2	3	29	58
4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	41	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39	80
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	26
6	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	19	1	1	3	1	3	2	2	1	2	1	17	36
7	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	25	2	2	2	4	3	2	2	1	2	2	22	47
8	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	27	1	3	2	3	4	2	1	2	1	3	22	49
9	3	4	3	4	4	3	1	1	1	1	34	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	30	64
10	4	4	4	3	1	2	3	4	4	4	43	4	4	4	3	2	2	3	4	4	3	33	76
11	1	1	2	1	3	3	3	4	1	2	32	1	2	1	2	1	1	3	4	1	1	17	49

[illegible]

ALFA DE CRONBACH

El resultado obtenido en el alfa de Cronbach fue 0.96, entonces esto indica que mis instrumentos son fiables y se puede aplicar a la unidad de análisis de esta investigación.

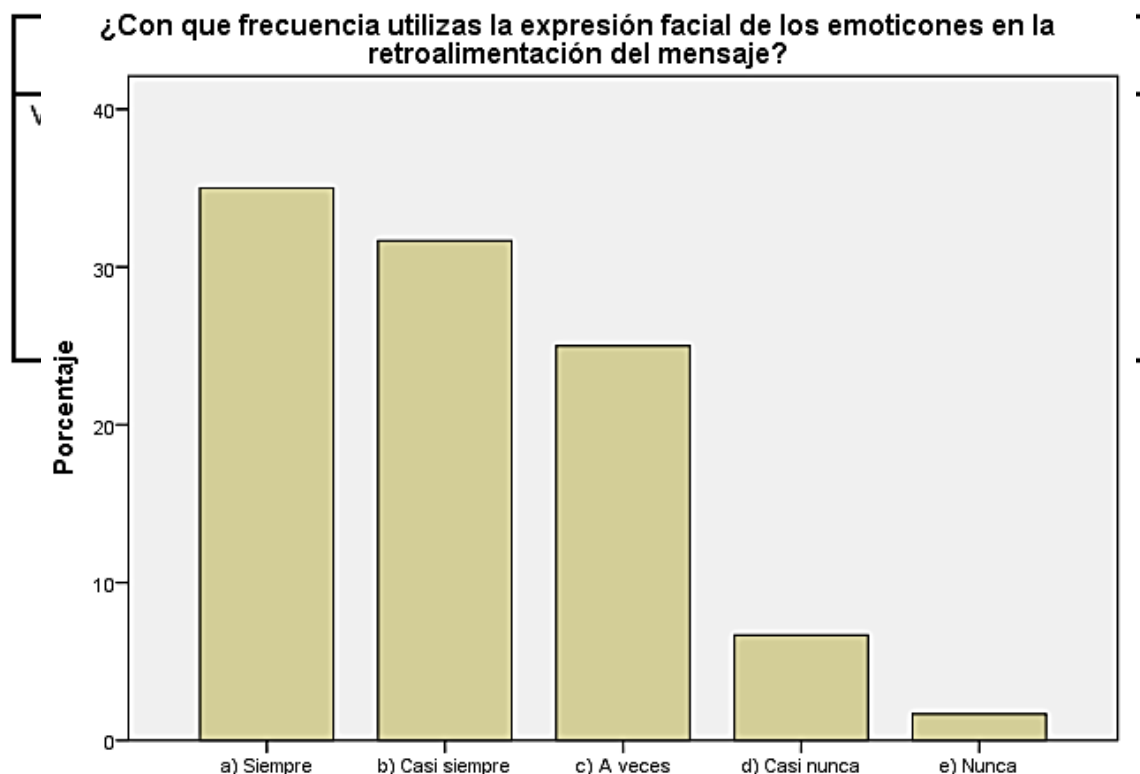
Los datos obtenidos mediante la encuesta serán incorporados en una base de datos de Excel y luego trasladados y analizados con SPSS versión 20. A continuación se realizará una revisión de consistencia de datos. Después se aplicará la prueba del Chi cuadrado para determinar si los datos obtenidos presentan variación significativa respecto a la hipótesis.

En la presente investigación se respetará la propiedad intelectual de las fuentes usadas en el marco teórico consignando el nombre del autor según el formato APA, así mismo la investigación se realizará con fines académicos guardando la confiabilidad de la información obtenida, la veracidad de los resultados, la identidad de los individuos que participan en el estudio.

### **III. RESULTADOS**

**Tabla N°1**

**¿Con que frecuencia utilizas la expresión facial de los emoticones en la retroalimentación del mensaje?**



**Gráfico N°1**

**Descripción:** En el siguiente gráfico notamos que el 35,0% de los encuestados utiliza siempre los iconos de expresión facial de los emoticones en la retroalimentación del mensaje, el 31,7% del total utiliza casi siempre, el 25,0% corresponde a que a veces lo utiliza, 6,7% casi nunca lo utiliza y por último el 1,7% nunca utiliza con frecuencia los iconos de expresión facial de los emoticones.

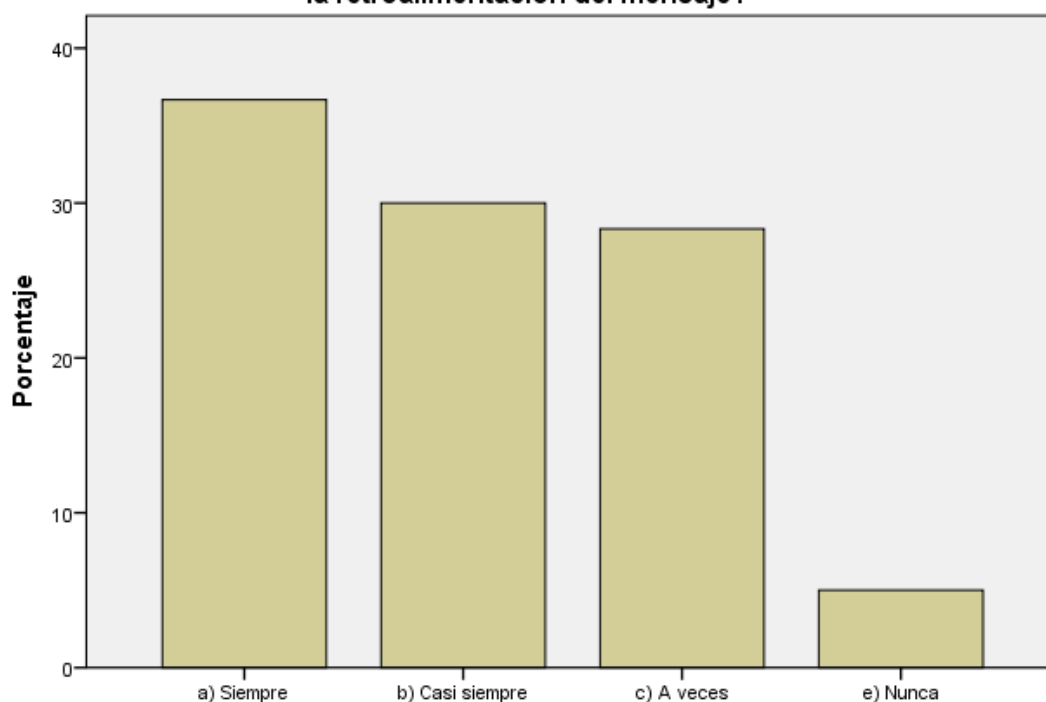
**Tabla N°2**

**¿Consideras que el uso de la expresiones faciales de los emoticones influye en la retroalimentación del mensaje?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a) Siempre	22	36,7	36,7	36,7
	b) Casi siempre	18	30,0	30,0	66,7
	c) A veces	17	28,3	28,3	95,0
	e) Nunca	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

## Gráfico N°2

¿Consideras que el uso de la expresiones faciales de los emoticones influye en la retroalimentación del mensaje?



**Descripción:** En este gráfico vemos que el 36,7% de las alumnas encuestadas consideran que siempre influye el uso de las expresiones faciales de los emoticones en la retroalimentación del mensaje, el 30,0% creen que casi siempre influyen en la retroalimentación del mensaje, por lo que el 28,3% dice que influye a veces, mientras que el 5,0% considera que nunca influye el uso de las expresiones faciales de los emoticones en la retroalimentación del mensaje.

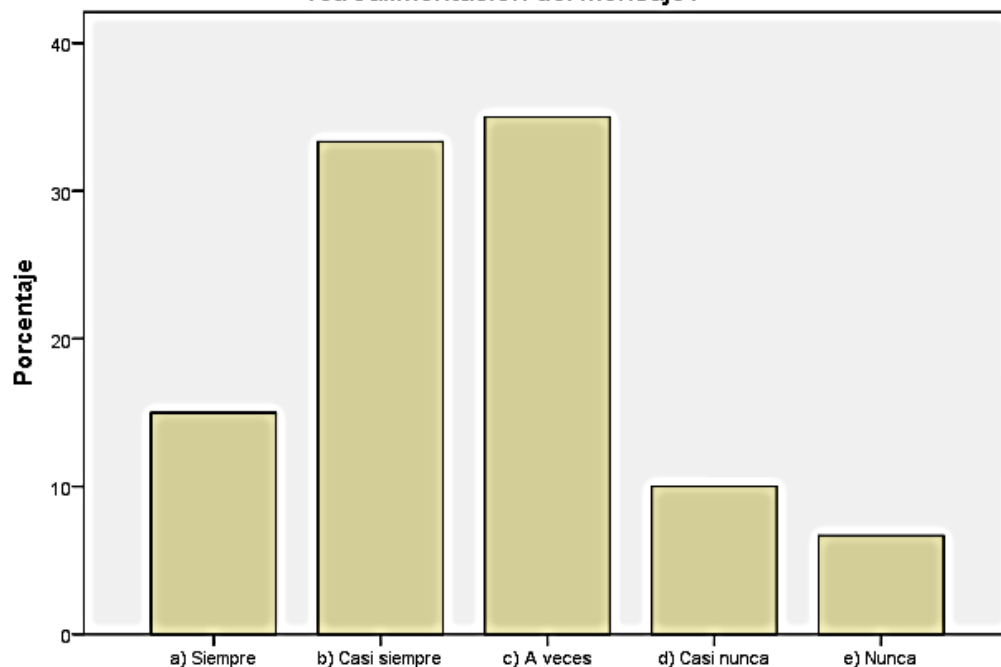
**Tabla N°3**

**¿Considera que el estado de ánimo de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a) Siempre	9	15,0	15,0	15,0
	b) Casi siempre	20	33,3	33,3	48,3
	c) A veces	21	35,0	35,0	83,3
	d) Casi nunca	6	10,0	10,0	93,3
	e) Nunca	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°3**

**¿Considera que el estado de ánimo de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje?**

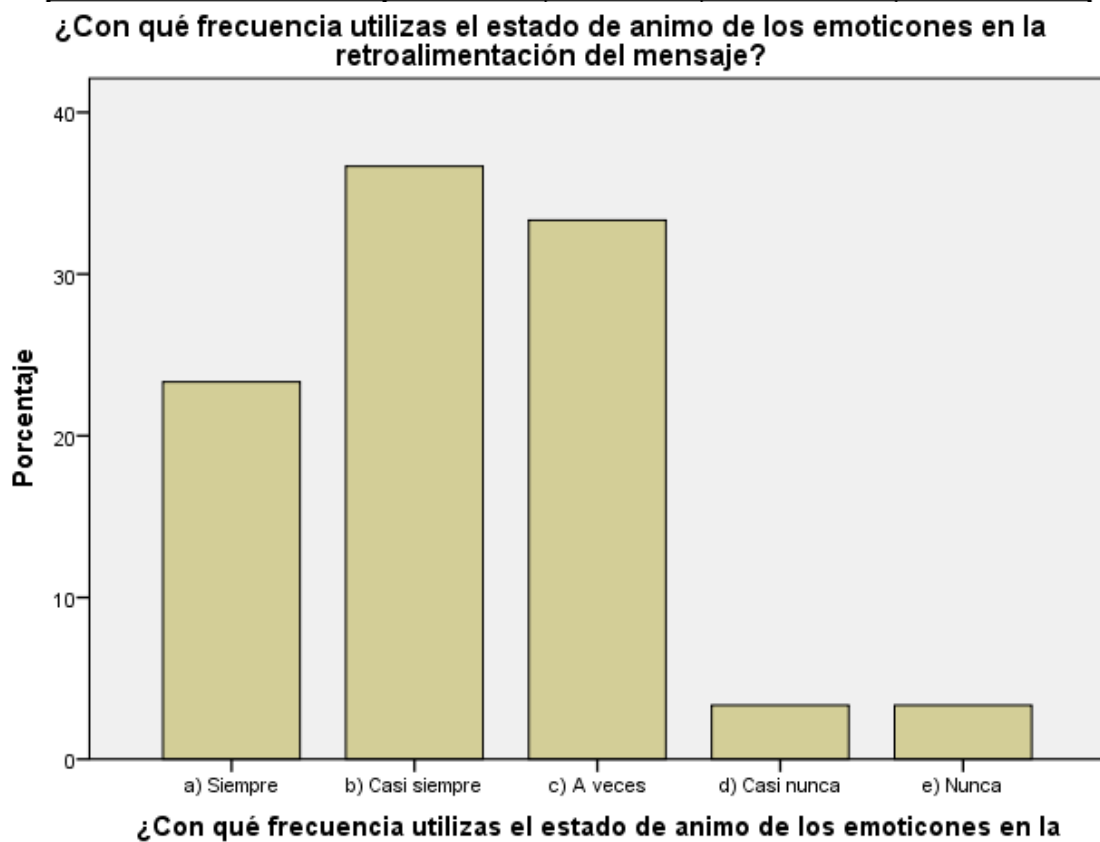


**Descripción:** El gráfico demuestra que el 35,0% de las encuestadas a veces consideran que la expresión de las emociones del estado de ánimo de los emoticones afectan en la retroalimentación del mensaje, el 33,3% casi siempre afecta la expresión de las emociones del estado de ánimo en la retroalimentación del mensaje, el 15% cree que siempre afecte a la retroalimentación del mensaje, el 10,0% casi nunca afecta, mientras que el 6,7% nunca afecta la expresión de las emociones en la retroalimentación del mensaje.



**Tabla N°4**

**¿Con qué frecuencia utilizas el estado de animo de los emoticones en la retroalimentación del mensaje?**

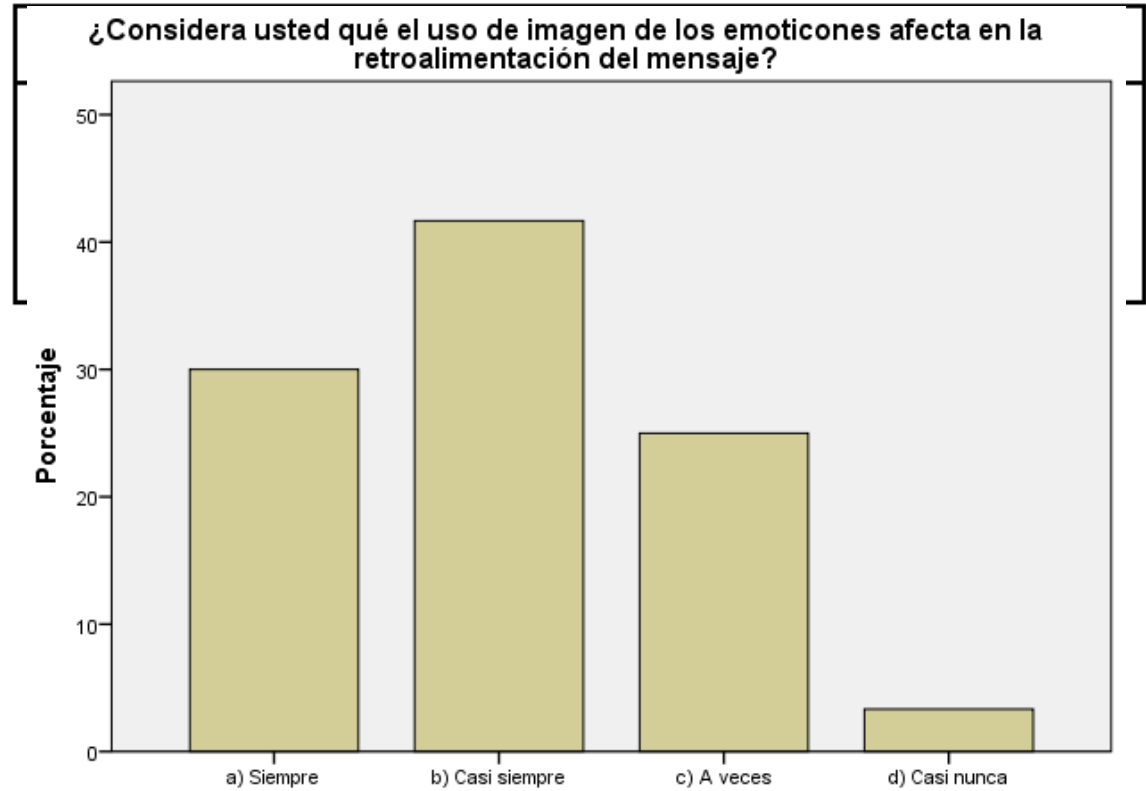


**Gráfico N°4**

**Descripción:** Según el gráfico el 36,7% de las alumnas encuestadas utilizan casi siempre el estado de ánimo de los emoticones en la retroalimentación del mensaje, el 33,3% lo utilizan a veces, el 23,3% el estado de ánimo de los emoticones siempre lo usan, el 3,3% casi nunca utilizan el estado de ánimo en la retroalimentación del mensaje mientras que el 3,3% dice que nunca lo utilizan.

**Tabla N°5**

**¿Considera usted qué el uso de imagen de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje?**

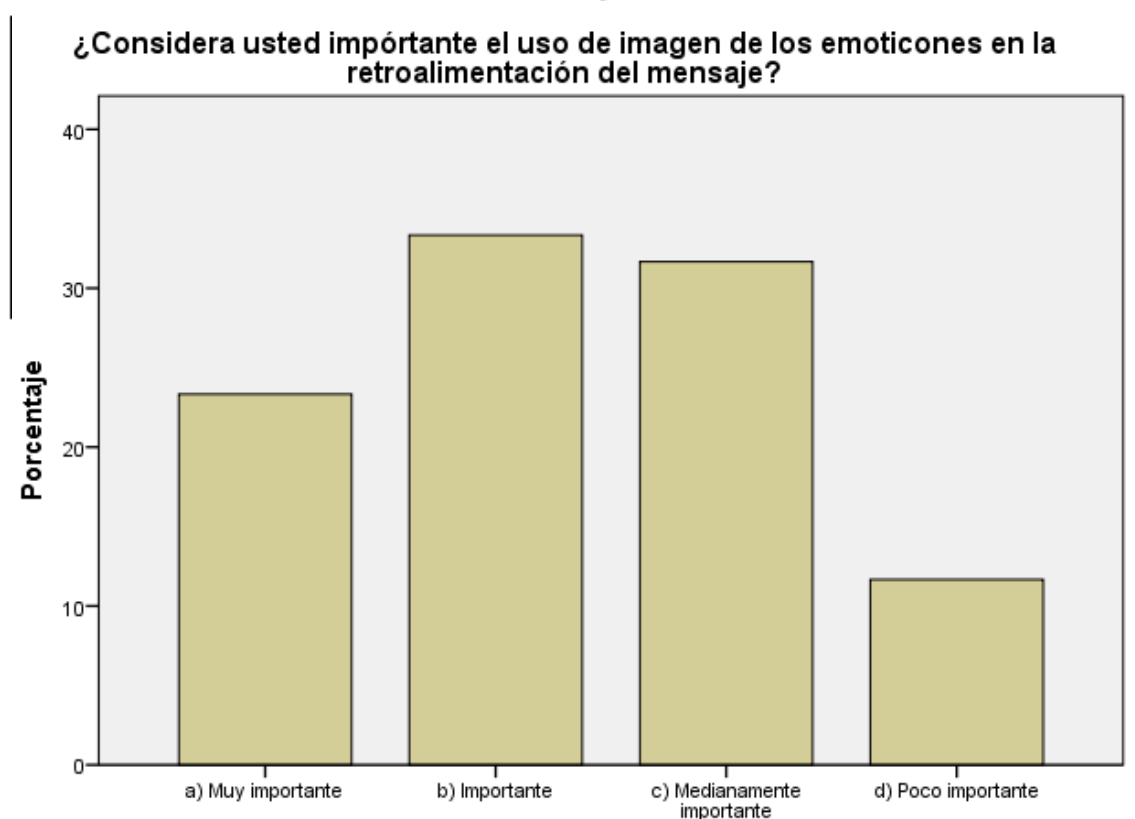


**Gráfico N°5**

**Descripción:** La muestra nos dio a conocer que el 41,7% considera que el uso de imagen de los emoticones casi siempre afecta en la retroalimentación del mensaje, el 30,0% dice que siempre afecta, el 25,0% cree que a veces la imagen de los emoticones afecta, mientras que el 3,3% casi nunca afecta la imagen en la retroalimentación del mensaje.

**Tabla N°6**

**¿Considera usted impórtante el uso de imagen de los emoticones en la retroalimentación del mensaje?**



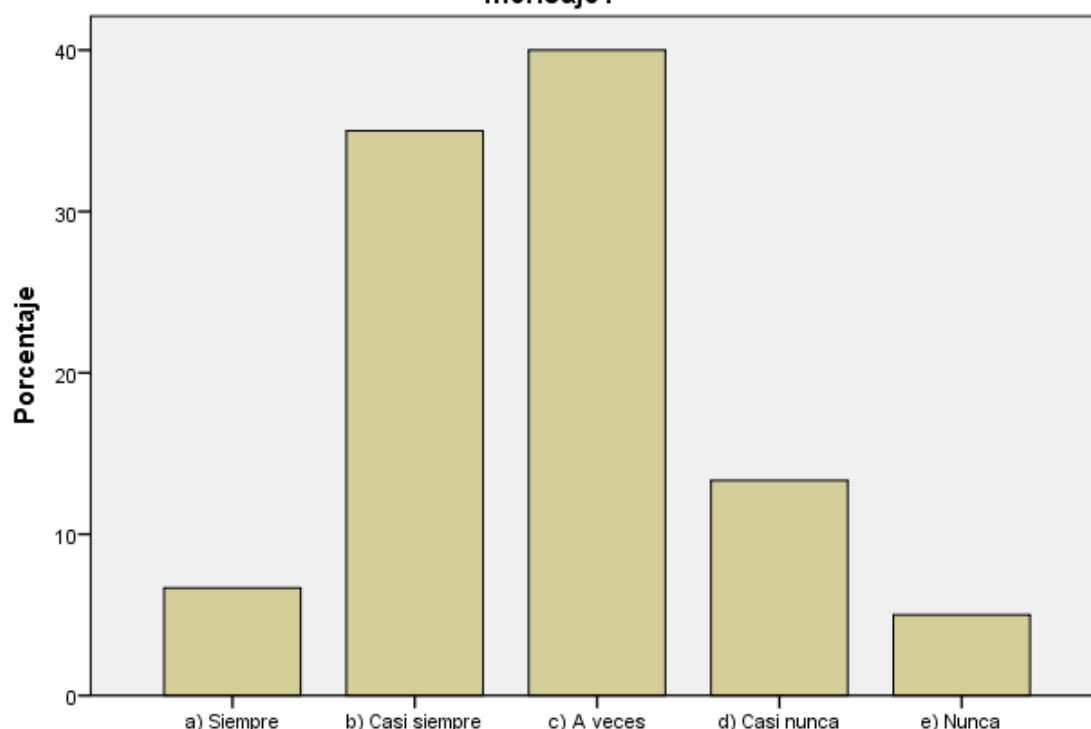
**Gráfico N°6**

**Descripción:** El 33,3% de las alumnas consideran muy importante el uso de imagen de los emoticones en la retroalimentación del mensaje, el 31,7% dice que es medianamente importante el uso de imagen de los emoticones, el 23,3% cree que el uso de imagen de los emoticones es muy importante en la retroalimentación del mensaje, ya que el 11,7% lo considera poco importante.

**Tabla N°7**

**¿Crees que la forma de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje?**

**¿Crees que la forma de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje?**



**Gráfico N°7**

**Descripción:** Según la opinión de las alumnas encuestadas vemos que el 40,0% cree que a veces la forma de los emoticones afecte en la retroalimentación del mensaje, el 35% considera casi siempre afecta en la retroalimentación del mensaje las formas de los emoticones, el 13,3% casi nunca afecta, el 6,7% las formas de los emoticones siempre afecta en la retroalimentación del mensaje, mientras que el 5,0% dice que nunca afecta.

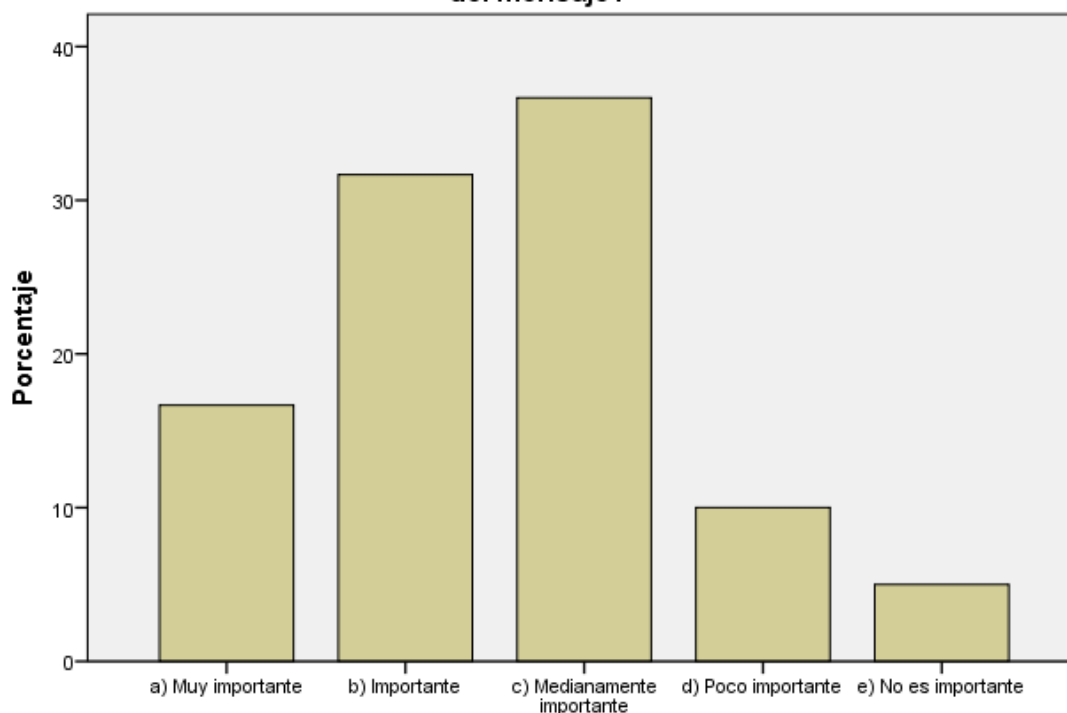
**Tabla N°8**

**¿Consideras que la forma de los emoticones es importante en la retroalimentación del mensaje?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a) Muy importante	10	16,7	16,7	16,7
	b) Importante	19	31,7	31,7	48,3
	c) Medianamente importante	22	36,7	36,7	85,0
	d) Poco importante	6	10,0	10,0	95,0
	e) No es importante	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°8**

**¿Consideras que la forma de los emoticones es importante en la retroalimentación del mensaje?**



**Descripción:** El gráfico muestra que el 36,7% la forma de los emoticones es medianamente importante en la retroalimentación del mensaje, el 31,7% considera importante las formas de los emoticones, el 16,7% dice que es muy importante, el 10,0% cree que las formas de los emoticones son poco importante en la retroalimentación del mensaje, ya que el 5,0% no es importante.

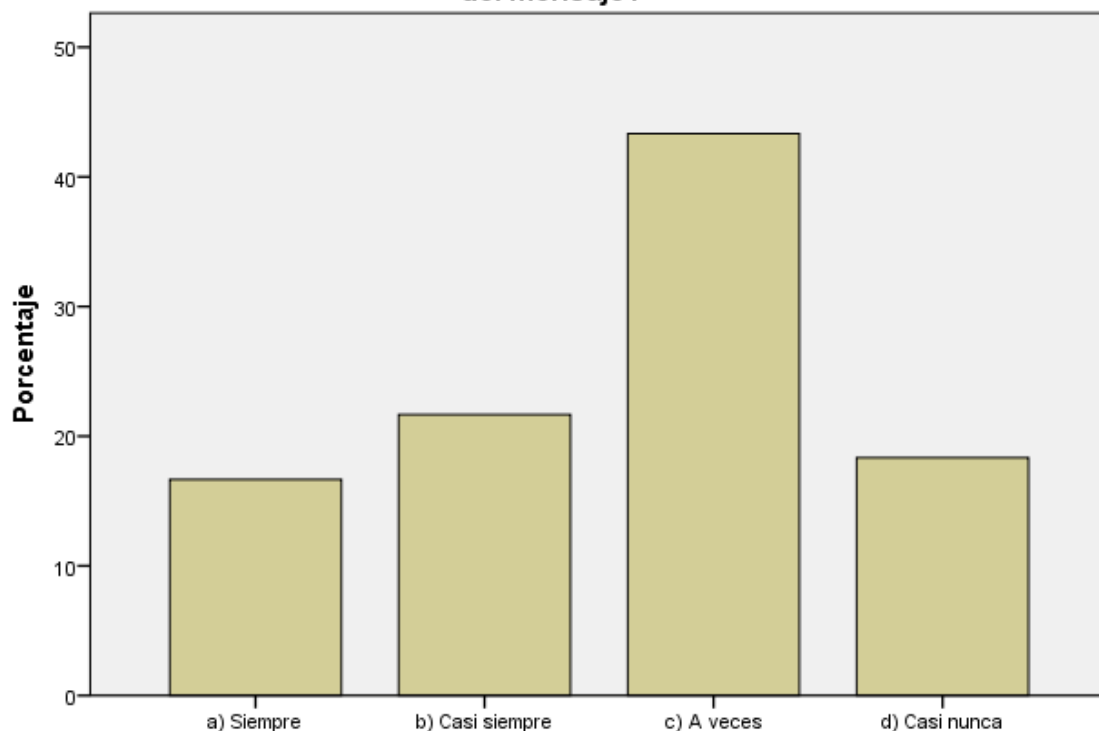
**Tabla N°9**

**¿Considera usted qué el color de los emoticone influye en la retroalimentación del mensaje?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a) Siempre	10	16,7	16,7	16,7
	b) Casi siempre	13	21,7	21,7	38,3
	c) A veces	26	43,3	43,3	81,7
	d) Casi nunca	11	18,3	18,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°9**

**¿Considera usted que el color de los emoticone influye en la retroalimentación del mensaje?**



**Descripción:** La muestra nos dio a conocer que el 43,3% considera que a veces el color de los emoticones influye en la retroalimentación del mensaje, el 21,7% dice que casi siempre influye el color de los emoticones, el 18,3% cree que el color de los emoticones casi nunca influye, ya que el 16,7 considera que siempre influye el color de los emoticones en la retroalimentación del mensaje.

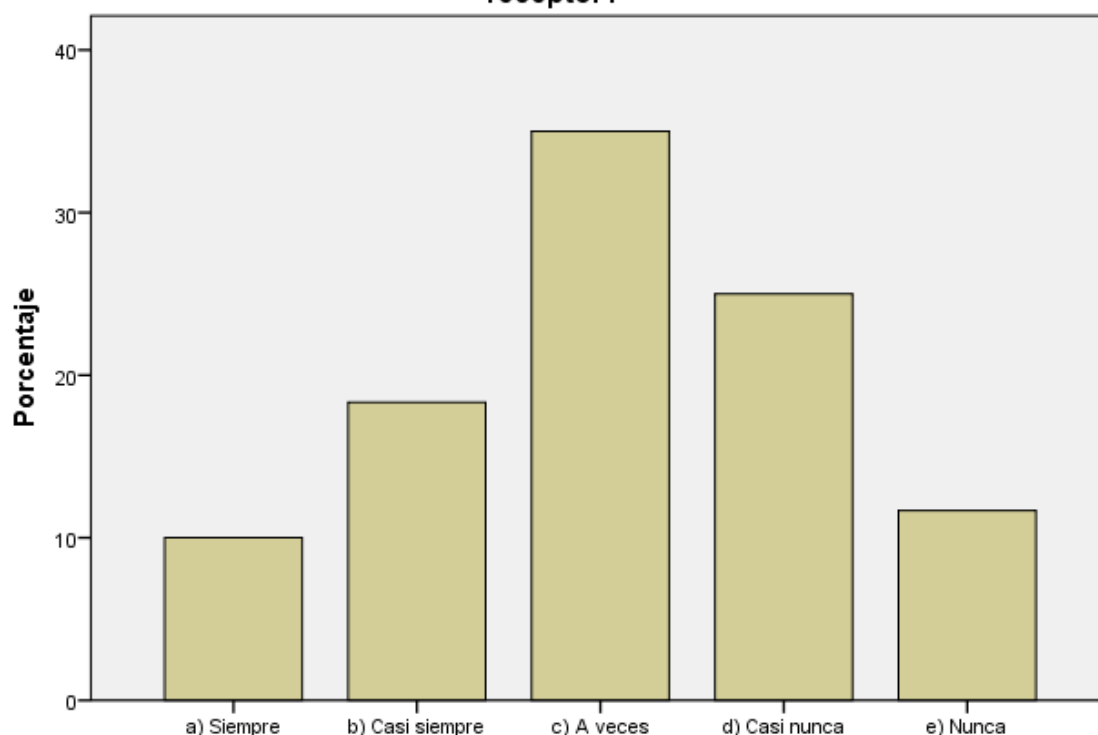
**Tabla N°10**

**¿Crees que el color del uso de los emoticones afecta en la repuesta del receptor?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a) Siempre	6	10,0	10,0	10,0
	b) Casi siempre	11	18,3	18,3	28,3
	c) A veces	21	35,0	35,0	63,3
	d) Casi nunca	15	25,0	25,0	88,3
	e) Nunca	7	11,7	11,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°10**

**¿Crees que el color del uso de los emoticones afecta en la repuesta del receptor?**



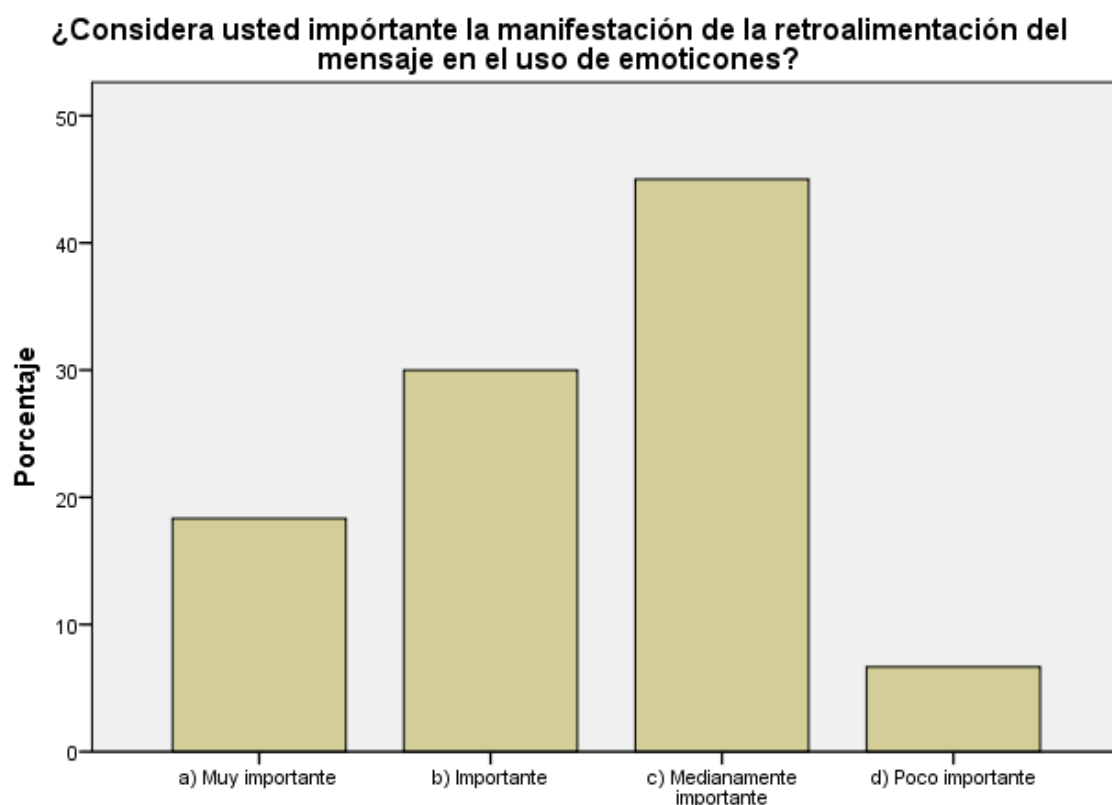
**Descripción:** El 35,0% de las alumnas encuestadas creen que el color de emoticones a veces afecta en la retroalimentación del mensaje, el 25,0% considera que casi nunca afecta, el 18,3% dice que el color de los emoticones casi siempre afecta en la retroalimentación del mensaje, el 11,7% cree que el color de los emoticones nunca afecta en la retroalimentación del mensaje, mientras que el 10,0% de las alumnas consideran que el color si afecta en la retroalimentación del mensaje.

**Tabla N°11**

**¿Considera usted impórtante la manifestación de la retroalimentación del mensaje en el uso de emoticones?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos a) Muy importante	11	18,3	18,3	18,3
b) Importante	18	30,0	30,0	48,3
c) Medianamente importante	27	45,0	45,0	93,3
d) Poco importante	4	6,7	6,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°11**



**Descripción:** Según el gráfico como demuestra el 45,0% de las alumnas considera medianamente importante la manifestación de la retroalimentación del mensaje en el uso de los emoticones, el 30,0% dice que es importante, el 18,3% es muy importante la manifestación, mientras que el 6,7% considera la manifestación de la retroalimentación del mensaje poco importante en el uso de los emoticones.

**Tabla N°12**

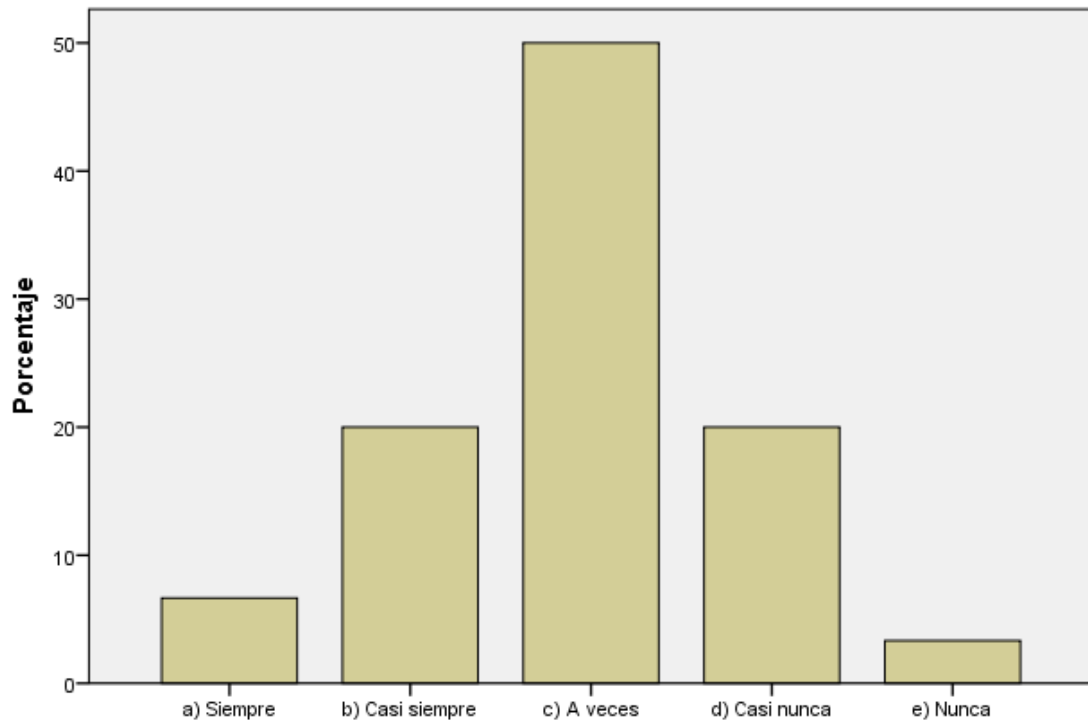
**¿Crees que la manifestación de la retroalimentación del mensaje afecte en el uso de los emoticones?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos a) Siempre	4	6,7	6,7	6,7
b) Casi siempre	12	20,0	20,0	26,7
c) A veces	30	50,0	50,0	76,7
d) Casi nunca	12	20,0	20,0	96,7
e) Nunca	2	3,3	3,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	



**Gráfico N°12**

**¿Crees que la manifestación de la retroalimentación del mensaje afecte en el uso de los emoticones?**



**Descripción:** La muestra nos dio a conocer que el 50,0% la manifestación de la retroalimentación del mensaje afecta a veces en el uso de los emoticones, el 20,0% dice que casi siempre afecta y el otro 20% casi nunca, el 6,7% cree que siempre la manifestación de la retroalimentación si afecta en el uso de los emoticones, ya que el 3,3% nunca afecta la manifestación de la retroalimentación del mensaje.

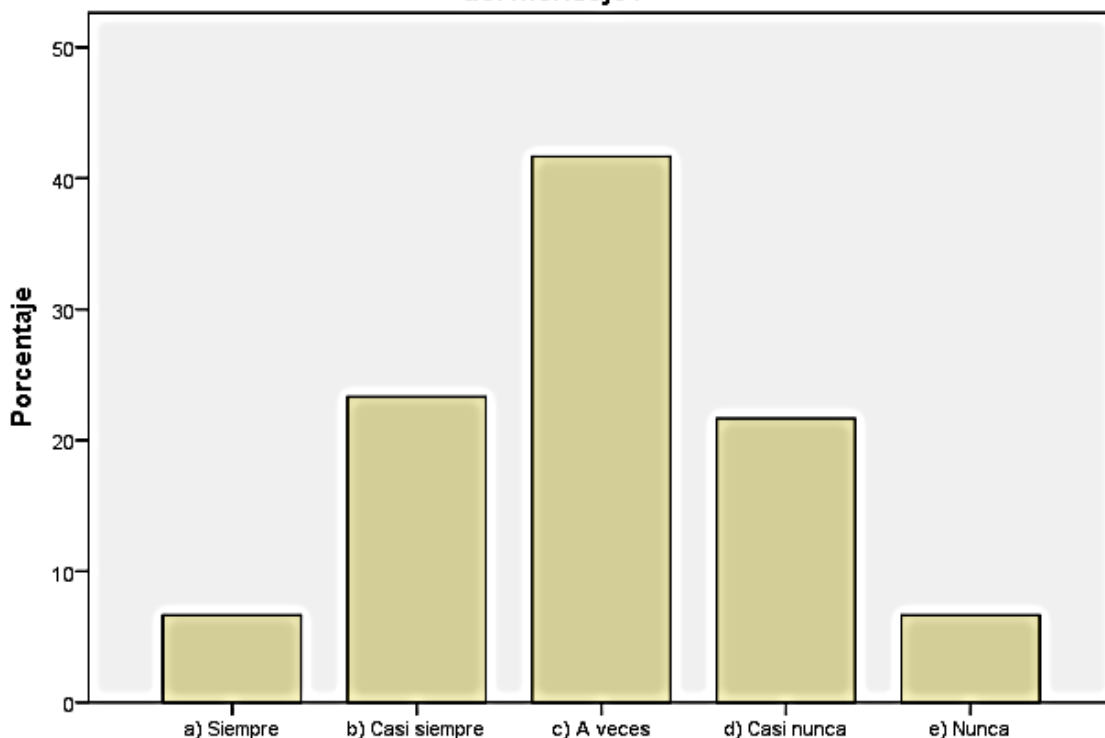
**Tabla N°13**

**¿Crees que el uso de los emoticones genera distorsión en la retroalimentación del mensaje?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a) Siempre	4	6,7	6,7	6,7
	b) Casi siempre	14	23,3	23,3	30,0
	c) A veces	25	41,7	41,7	71,7
	d) Casi nunca	13	21,7	21,7	93,3
	e) Nunca	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°13**

**¿Crees que el uso de los emoticones genera distorsión en la retroalimentación del mensaje?**



**Descripción:** Según la opinión de las alumnas encuestadas el 41,7% cree que a veces el uso de los emoticones genera distorsión en la retroalimentación del mensaje, el 23,3% dice que casi siempre el uso de los emoticones genera distorsión, el 21,7 casi nunca sufre distorsión en la retroalimentación del mensaje, ya que el 6,7% el uso de los emoticones siempre genera distorsión en la retroalimentación del mensaje y el otro 6,7% nunca genera de distorsión.

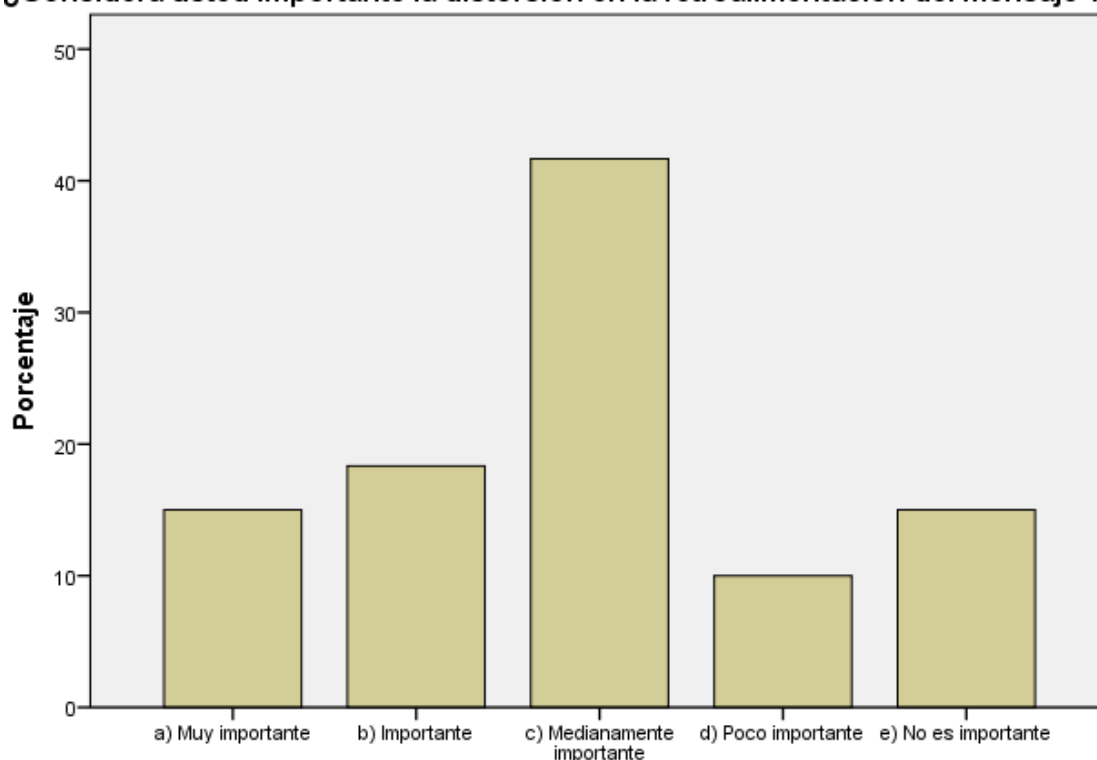
**Tabla N°14**

**¿Considera usted importante la distorsión en la retroalimentación del mensaje ?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a) Muy importante	9	15,0	15,0	15,0
	b) Importante	11	18,3	18,3	33,3
	c) Medianamente importante	25	41,7	41,7	75,0
	d) Poco importante	6	10,0	10,0	85,0
	e) No es importante	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°14**

**¿Considera usted importante la distorsión en la retroalimentación del mensaje ?**



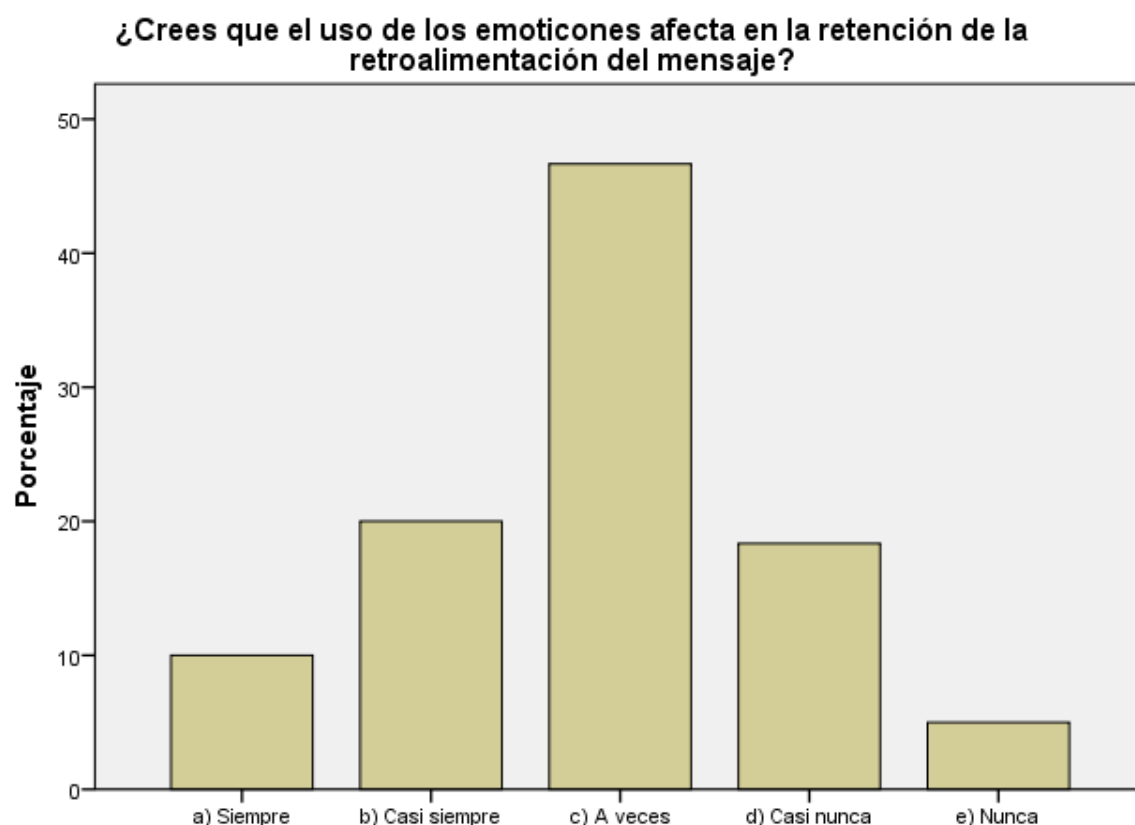
**Descripción:** Las alumnas encuestadas el 41,7% considera medianamente importante la distorsión en la retroalimentación del mensaje, el 18,3 dice que es importante la distorsión, el 15,0% es muy importante la distorsión en la retroalimentación del mensaje y el otro 15,0% considera que no es importante, mientras que el 10,0% dice que la distorsión es poco importante.

**Tabla N°15**

**¿Crees que el uso de los emoticones afecta en la retención de la retroalimentación del mensaje?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a) Siempre	6	10,0	10,0	10,0
	b) Casi siempre	12	20,0	20,0	30,0
	c) A veces	28	46,7	46,7	76,7
	d) Casi nunca	11	18,3	18,3	95,0
	e) Nunca	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°15**



**Descripción:** Los gráficos demuestra que el 46,7% el uso de los emoticones afecta a veces la retención de la retroalimentación del mensaje, el 20,0% dice que afecta casi siempre la retención, el 18,3% cree que el uso de los emoticones casi nunca afecta en la retención de la retroalimentación del mensaje, el 10,0% considera que siempre afecta, mientras que el 5,0% el uso de los emoticones nunca afecta en la retención de la retroalimentación del mensaje.

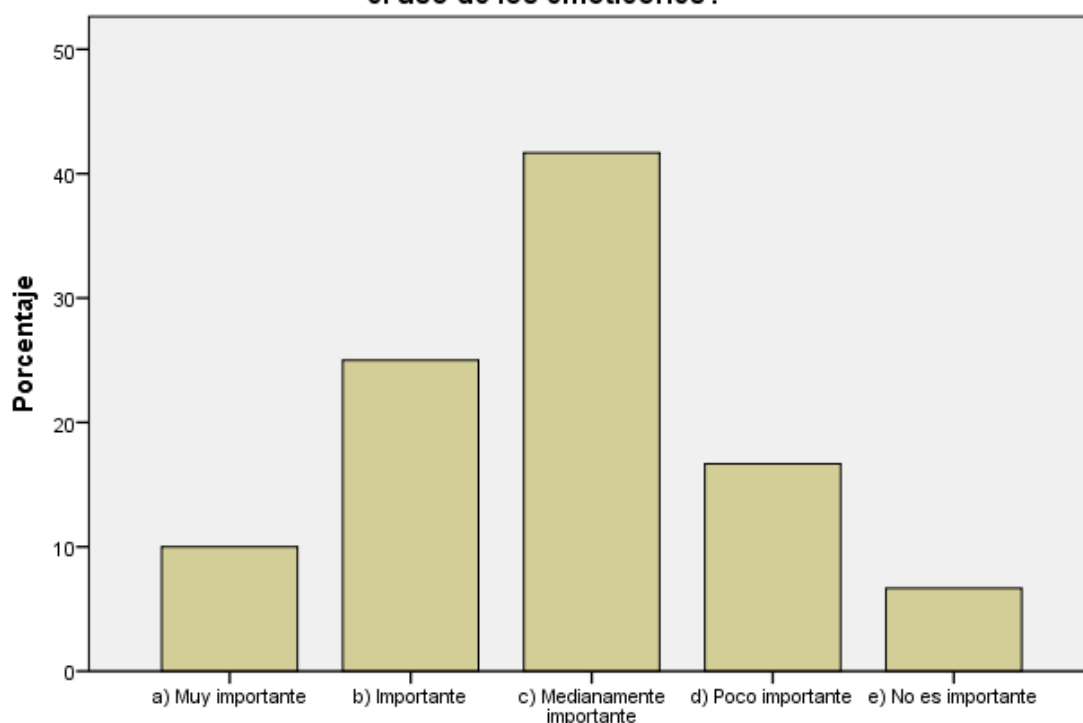
**Tabla N°16**

**¿Considera usted importante la retención de la retroalimentación del mensaje en el uso de los emoticones?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos a) Muy importante	6	10,0	10,0	10,0
b) Importante	15	25,0	25,0	35,0
c) Medianamente importante	25	41,7	41,7	76,7
d) Poco importante	10	16,7	16,7	93,3
e) No es importante	4	6,7	6,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°16**

**¿Considera usted importante la retención de la retroalimentación del mensaje en el uso de los emoticones?**



**Descripción:** La muestra nos dio a conocer que las alumnas encuestadas el 41,7% la retención de la retroalimentación del mensaje es medianamente importante en el uso de los emoticones, el 25,0% dice que es importante la retención de la retroalimentación, el 16,7% es poco importante la retención, el 10,0% considera muy importante la retención de la retroalimentación en el uso de los emoticones, mientras que el 6,7% dice que no es importante.

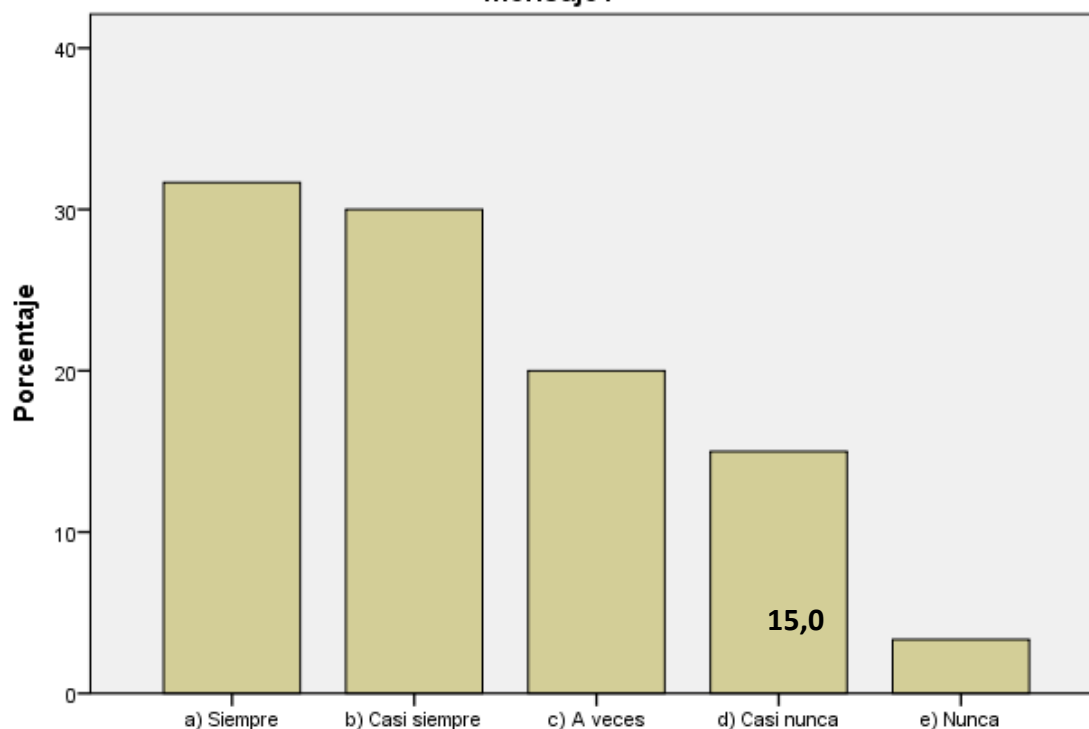
**Tabla N°17**

**¿Crees que el uso de emoticones genera una retroalimentación comprensiva del mensaje?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a) Siempre	19	31,7	31,7	31,7
	b) Casi siempre	18	30,0	30,0	61,7
	c) A veces	12	20,0	20,0	81,7
	d) Casi nunca	9	15,0	15,0	96,7
	e) Nunca	2	3,3	3,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°17**

**¿Crees que el uso de emoticones genera una retroalimentación comprensiva del mensaje?**



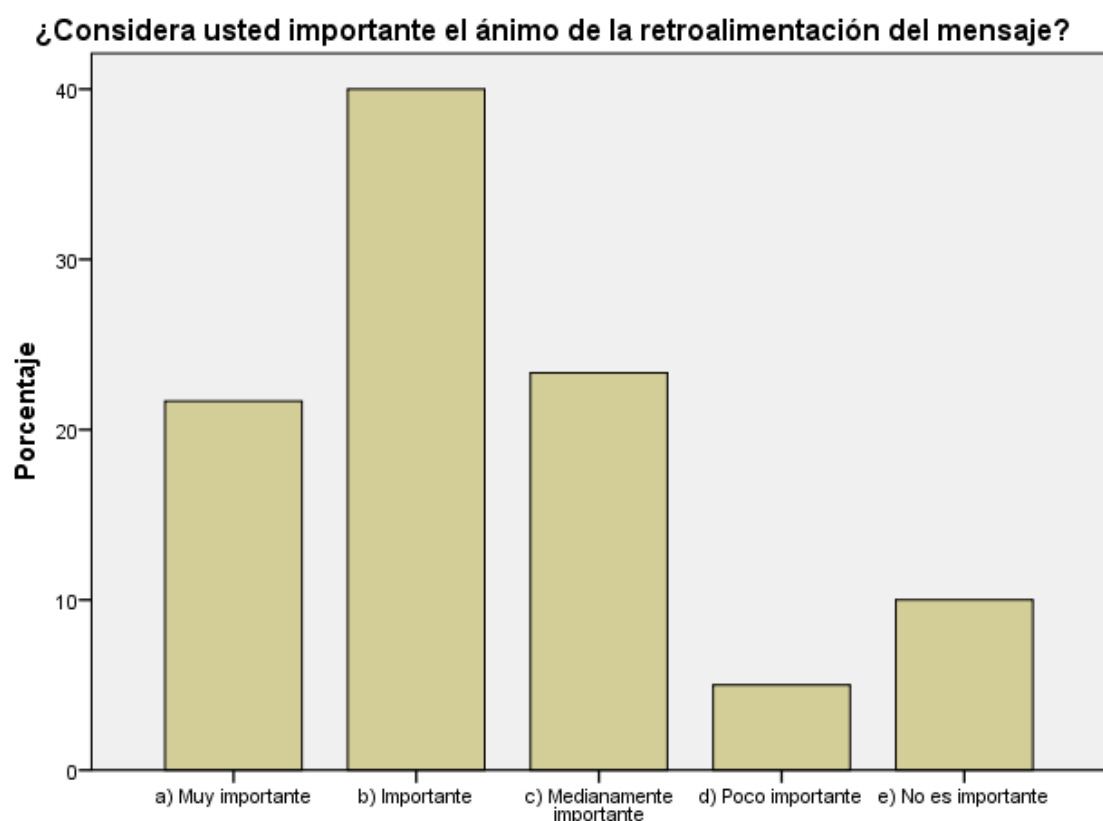
**Descripción:** Las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria encuestadas el 31,7% los emoticones generan siempre una retroalimentación comprensiva del mensaje, el 30,0% los emoticones casi siempre genera en la retroalimentación comprensiva del mensaje, el 20,0% a veces los emoticones generan comprensión del mensaje, el 15,0% casi nunca, mientras que el 3,3% nunca generan una retroalimentación comprensiva del mensaje.

**Tabla N°18**

**¿Considera usted importante el ánimo de la retroalimentación del mensaje?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos a) Muy importante	13	21,7	21,7	21,7
b) Importante	24	40,0	40,0	61,7
c) Medianamente importante	14	23,3	23,3	85,0
d) Poco importante	3	5,0	5,0	90,0
e) No es importante	6	10,0	10,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°18**



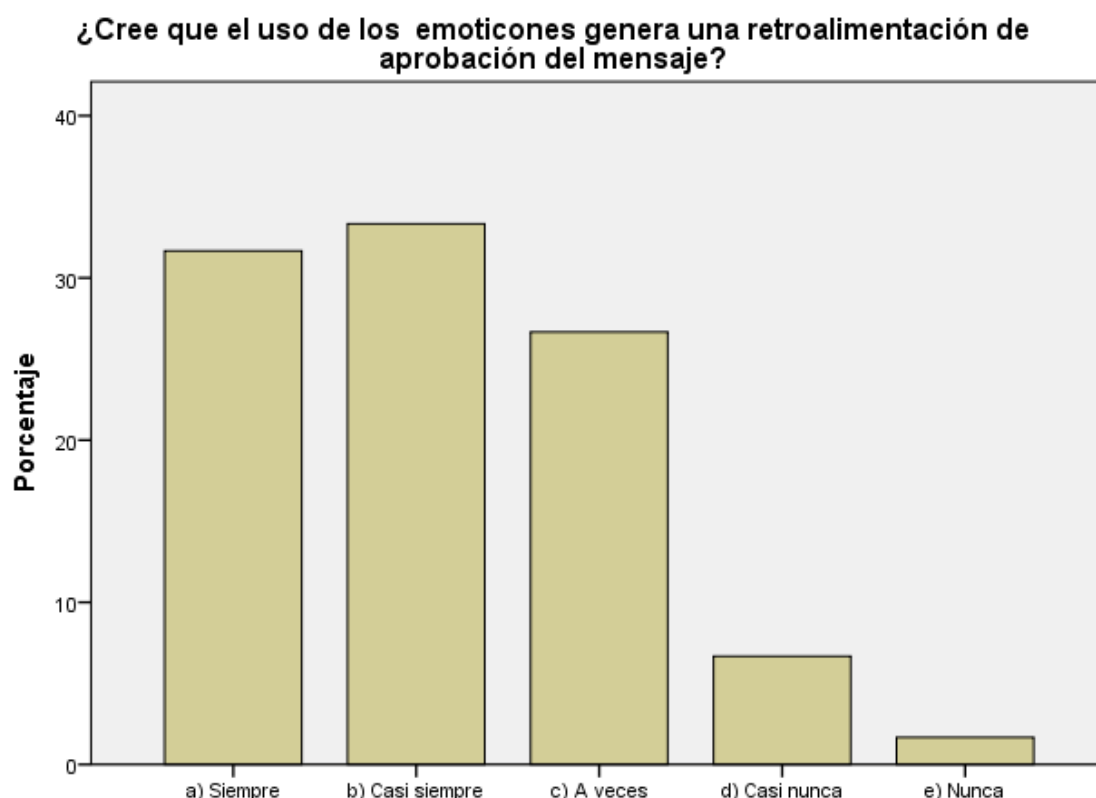
**Descripción:** El 40,0% considera importante el ánimo de la retroalimentación del mensaje, el 23,3% cree que es medianamente importante, 21,7% dice que es muy importante el ánimo de la retroalimentación del mensaje, el 10,0% considera que no es importante, por lo que el 5,0% es poco importante el ánimo de la retroalimentación del mensaje.

**Tabla N°19**

**¿Cree que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de aprobación del mensaje?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a) Siempre	19	31,7	31,7	31,7
	b) Casi siempre	20	33,3	33,3	65,0
	c) A veces	16	26,7	26,7	91,7
	d) Casi nunca	4	6,7	6,7	98,3
	e) Nunca	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°19**



**Descripción:** Según los gráficos vemos que el 33,3% casi siempre genera una retroalimentación de aprobación del mensaje, el 31,7% cree que casi siempre genera una retroalimentación de aprobación, el 26,7% considera que siempre genera en la retroalimentación del mensaje la aprobación, 6,7% casi nunca genera la aprobación y el 1,7% considera que nunca.

**Tabla N°20**

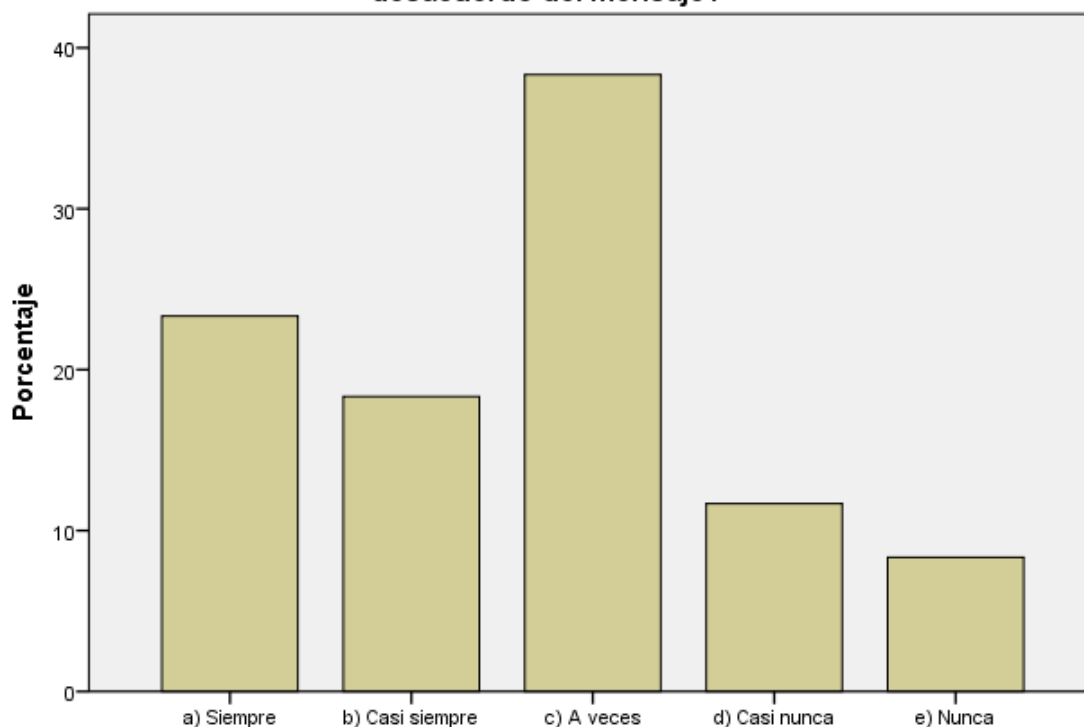
**¿Crees que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desacuerdo del mensaje?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos a) Siempre	14	23,3	23,3	23,3
b) Casi siempre	11	18,3	18,3	41,7
c) A veces	23	38,3	38,3	80,0
d) Casi nunca	7	11,7	11,7	91,7
e) Nunca	5	8,3	8,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	



**Gráfico N°20**

**¿Crees que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desacuerdo del mensaje?**



**Descripción:** La muestra nos dio a conocer que las alumnas el 38,3% que a veces el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desacuerdo del mensaje, el 23,3% dice que siempre, el 18,3 considera casi siempre el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desacuerdo del mensaje, 11,7% cree que casi nunca, mientras que el 8,3% es nunca.

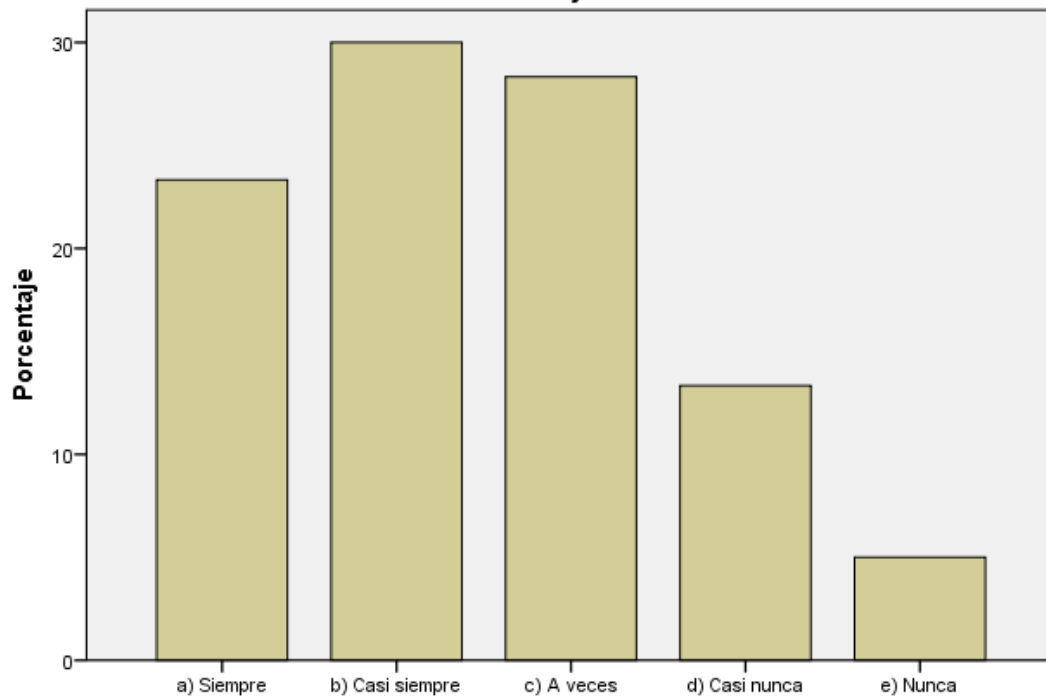
**Tabla N°21**

**¿Crees que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desánimo del mensaje?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	a) Siempre	14	23,3	23,3	23,3
	b) Casi siempre	18	30,0	30,0	53,3
	c) A veces	17	28,3	28,3	81,7
	d) Casi nunca	8	13,3	13,3	95,0
	e) Nunca	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Gráfico N°21**

**¿Crees que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desánimo del mensaje?**



30,0

28,3

23,3

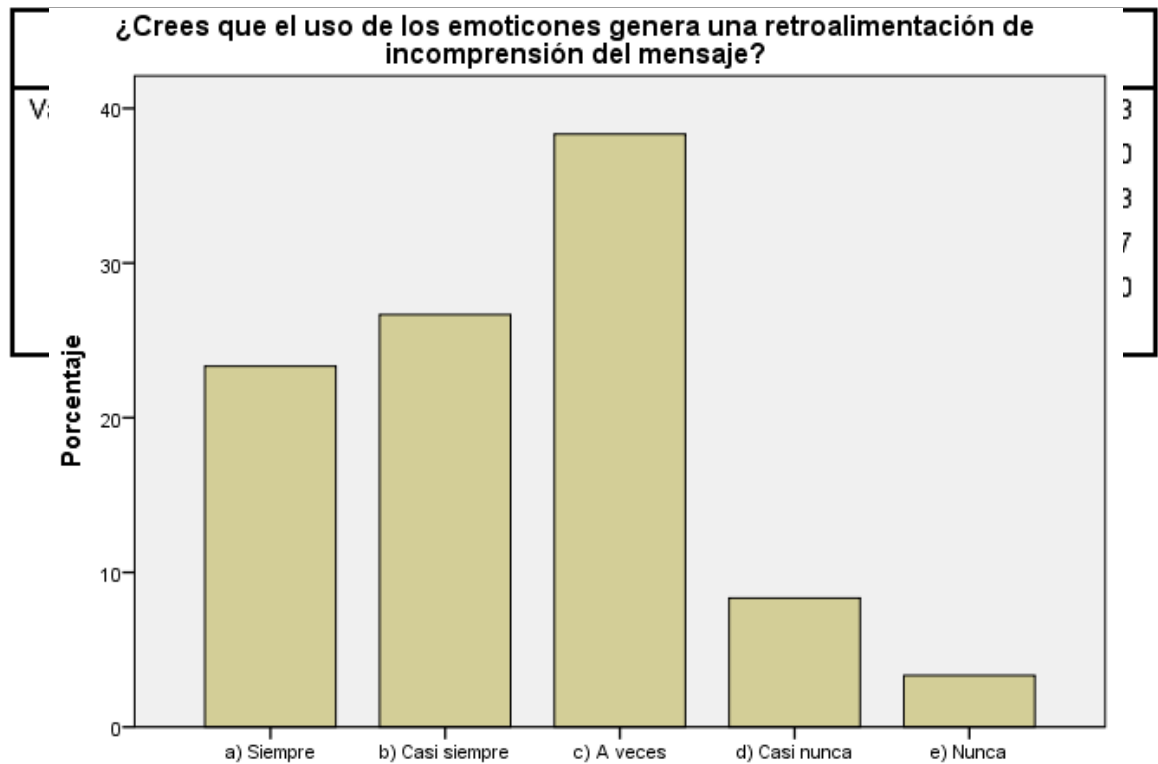
13,3

5,0

**Descripción:** El 30,0% considera que casi siempre el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desánimo del mensaje, 28,3% cree que casi siempre los emoticones genera una retroalimentación de desánimo del mensaje, el

23,3% dice casi siempre, 13,3% casi nunca el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desánimo del mensaje ya que el 5,0" considera que nunca.

**Tabla N°22**  
**¿Crees que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de incomprensión del mensaje?**



**Tabla N°22**

38,3

26,7

23,3

8,3

3,3

**Descripción:** El grafico nos muestra que el 38,3% a veces el uso de los emoticones genera una retroalimentación de incomprensión del mensaje, 26,7% cree que casi siempre los emoticones genera una retroalimentación de incomprensión del mensaje, el 23,3% cree que genera siempre, 8,3% casi nunca genera una retroalimentación de incomprensión del mensaje y el 3,3% cree que nunca.

### **3.2. Prueba de Hipótesis**

En la presente investigación, se empleó la prueba del Chi-cuadrado ( $\chi^2$ ), la cual

“Es una prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas” (Sampieri, 2010, p. 327).

Por lo tanto, fue necesario realizar el procedimiento estadístico con la sumatoria de ambas variables, para luego utilizar el baremo, que ayudó a convertirlas en variables cualitativas, y así proceder con la prueba del  $\chi^2$ . Posteriormente, se halló el máximo y el mínimo de las variables “Uso de los emoticones” y “Retroalimentación del mensaje”. Finalmente se estableció tres categorías para la medición de cada variable.

En ese sentido, la variable “Uso de los emoticones” se categorizó en uso bajo, uso moderado y uso alto. Debido que, a través de las encuestas, se buscó establecer el efecto del uso de los emoticones en la retroalimentación del mensaje en las alumnas del 5to de secundaria de la I.E. “Sagrado Corazón”.

Asimismo, la variable “Retroalimentación del mensaje”, se categorizó en deficiente, regular y buena. Puesto que, se trabajó en describir la retroalimentación del mensaje en las alumnas del 5to de secundaria de la I.E. “Sagrado Corazón”.

Posteriormente se procedió a realizar el baremo para cada variable.

**Variable Independiente: Uso de los emoticones**

#### Estadísticos

N	Válido	60
	Perdidos	0
Mínimo		14,00
Máximo		44,00

Se aprecia que la variable “Uso de los emoticones” obtuvo un mínimo de 14 y un máximo de 44. Luego, para poder aplicar el baremo se establecieron las siguientes frecuencias: uso bajo 14 - 24, uso moderado 24 - 34 y uso alto 34 - 44.

#### Variable Dependiente: Retroalimentación del mensaje

#### Estadísticos

N	Válido	60
	Perdidos	0
Mínimo		20,00
Máximo		54,00

Se puede observar que en la variable “Retroalimentación del mensaje” obtuvo un mínimo de 20 y un máximo de 54. Luego, para poder aplicar el baremo se establecieron las siguientes frecuencias: deficiente 20 - 32, regular 32– 43, buena 43 – 54.

Después de establecer los valores a las variables, se procedió a realizar el cruce de resultados, a través del análisis de tablas cruzadas en SPSS.

**TABLA CRUZADA USO DE LOS EMOTICONES \* RETROALIMENTACIÓN DEL MENSAJE**

#### Tabulación cruzada

		RETROALIMENTACION DEL MENSAJE			Total
		Deficiente	Regular	Buena	
<b>USO DE LOS EMOTICONES</b>	Uso bajo	21	5	0	26
	Uso moderado	16	17	0	33
	Uso alto	0	0	1	1

Total	37	22	1	60
-------	----	----	---	----

Asimismo, se procedió a realizar el cálculo del chi cuadrado.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	66,592 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	16,933	4	,002
Asociación lineal por lineal	10,630	1	,001
N de casos válidos	60		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

El valor de  $X^2$  calculado resultó **66,592**.

Para ello, la regla del Chi cuadrado indica lo siguiente:

Si el  $X^2$  calculado  $>$  al  $X^2$  tabulado, se rechaza la hipótesis nula.

Pero si el  $X^2$  calculado  $<$  al  $X^2$  tabulado, se acepta la hipótesis nula.

Entonces:

**TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado  $\chi^2$**

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418

Para conocer el valor del gl realizaremos la siguiente operación.

$$gl = (n^{\circ} \text{ de columnas} - 1) \times (n^{\circ} \text{ de filas} - 1) = gl = (3-1) \times (3-1) = 2 \times 2 = 4$$

Se buscó determinar el valor del  $X^2$  tabulado en el cuadro de tabulación, que en esta oportunidad es **9,4877**. Resultado que se establece después de cruzar el valor del **gl**, que en este caso es 4 y la significancia 0.05 (El valor de 0,05 = 5% es un valor establecido de acuerdo al nivel de confianza del 95%).

**$X^2$  calculado >  $X^2$  tabulado**

$$66,592 > 9,4877$$

Finalmente, se observa que el valor  $X^2$  calculado es **mayor** al de  $X^2$  tabulado, por lo que se **rechaza** la hipótesis nula.

**Por lo tanto:**

**Hi:** El uso de los emoticones si afecta en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017

### **3.3. Prueba de hipótesis alternas**

En la prueba de la hipótesis general, se comenzó el procedimiento estadístico con la sumatoria de ambas dimensiones, para luego aplicar el baremo, que ayudó a convertirlas en variables cualitativas, y así poder realizar la prueba del  $X^2$ . Para ello, se halló primero el máximo y el mínimo de las variables en el programa SPSS, y luego se establecieron las mismas categorías de la prueba de hipótesis general.

Por ende, las dimensiones de la variable independiente se categorizaron en uso alto, uso moderado y uso bajo. Así como, las dimensiones de la variable dependiente se categorizaron en buena, regulares y deficientes.

#### **Baremo para la primera hipótesis alterna**

##### **Dimensión 1A: Emociones**

Estadísticos

N	Válido	60
	Perdidos	0
Mínimo		5,00
Máximo		20,00

Se aprecia que la dimensión emociones obtuvo un mínimo de 5 y un máximo de 20. Luego, para poder aplicar el baremo se establecieron las siguientes frecuencias: uso bajo 5 - 10, uso moderado 10 - 15 y uso alto 15- 20.

### Dimensión 2A: Percepción

#### Estadísticos

N	Válido	60
	Perdidos	0
Mínimo		8,00
Máximo		28,00

Se aprecia que la dimensión percepción obtuvo un mínimo de 8 y un máximo de 28. Luego, para poder aplicar el baremo se establecieron las siguientes frecuencias: deficiente 8 – 14, regular 14 - 21, buena 21 – 28.

Posteriormente se procede a establecer los valores a las variables, realizando el cruce de resultados, a través del análisis de tablas cruzadas en SPSS.

**TABLA CRUZADA EMOCIONES \* PERCEPCIÓN**

#### Tabulación cruzada

		PERCEPCIÓN			Total
		Deficiente	Regular	Buena	
<b>EMOCIONES</b>	Uso bajo	10	30	4	44
	Uso moderado	3	12	0	15
	Uso alto	0	0	1	1
Total		13	42	5	60

Asimismo, se procedió a realizar el cálculo del chi cuadrado.

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
--	-------	----	---



Chi-cuadrado de Pearson	12,557 <sup>a</sup>	4	,014
Razón de verosimilitud	7,767	4	,100
Asociación lineal por lineal	,394	1	,530
N de casos válidos	60		

a. 6 casillas (66,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,08.

El valor de X2 calculado resulto ser **12,557**.

Para ello, la regla del Chi cuadrado indica lo siguiente:

Si el X2 calculado > al X2 tabulado, se rechaza la hipótesis nula.

Pero si el X2 calculado < al X2 tabulado, se acepta la hipótesis nula.

Entonces:

**TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado  $\chi^2$**

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418

Se buscó determinar el valor del X2 tabulado en el cuadro de tabulación, que en esta oportunidad es **9,4877**. Resultado que se establece después de conocer el valor del **gl**, que en este caso es 4 y la significancia 0.05 (El valor de 0,05 = 5% es un valor establecido de acuerdo al nivel de confianza del 95%).

**X2 calculado > X2 tabulado**

**12,557 > 9,4877**

Finalmente, se puede apreciar que el valor  $\chi^2$  calculado es **mayor** al de  $\chi^2$  tabulado.

Por lo tanto, se **acepta** la primera hipótesis alterna:

- Existe efecto del uso de la expresión de las emociones en la percepción del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de chorrillos 2017.

### **Baremo para la segunda hipótesis alterna**

#### **Dimensión 2A: Iconos**

##### **Estadísticos**

N	Válido	60
	Perdidos	0
Mínimo		9,00
Máximo		24,00

Se aprecia que la dimensión iconos obtuvo un mínimo de 9 y un máximo de 24. Luego, para poder aplicar el baremo se establecieron las siguientes frecuencias: uso bajo 9 - 14, uso moderado 14 – 19 y uso alto 19 - 24.

#### **Dimensión 2B: Feedback positivo**

##### **Estadísticos**

N	Válido	60
	Perdidos	0
Mínimo		3,00
Máximo		15,00

La dimensión feedback positivo obtuvo un mínimo de 3 y un máximo de 15. Luego en el baremo se establecieron las frecuencias: deficiente 3 - 7, regular 7 – 11, buena 11 – 15.

Después de establecer los valores a las variables, se procedió a realizar el cruce de resultados, a través del análisis de tablas cruzadas en SPSS.

**TABLA CRUZADA ICONOS \* FEEDBACK POSITIVO**

**Tabulación cruzada**

		FEEDBACK POSITIVO			Total
		Deficiente	Regular	Buena	
<b>ICONOS</b>	Uso bajo	8	4	2	14
	Uso moderado	19	15	1	35
	Uso alto	9	2	0	11
Total		36	21	3	60

Asimismo, se procedió a realizar el cálculo del chi cuadrado.

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,173 <sup>a</sup>	4	,529
Razón de verosimilitud	3,677	4	,452
Asociación lineal por lineal	,402	1	,526
N de casos válidos	60		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,19.

El valor de X2 calculado resulto ser **3,173**.

Para ello, la regla del Chi cuadrado indica lo siguiente:

Si el X2 calculado > al X2 tabulado, se rechaza la hipótesis nula.

Pero si el X2 calculado < al X2 tabulado, se acepta la hipótesis nula.

Entonces:

TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado  $\chi^2$

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418

Se buscó

determinar el valor del  $X^2$  tabulado en el cuadro de tabulación, que en esta oportunidad es **9,4877**. Resultado que se establece después de conocer el valor del **gl**, que en este caso es 4 y la significancia 0.05 (El valor de 0,05 = 5% es un valor establecido de acuerdo al nivel de confianza del 95%).

**$X^2$  calculado <  $X^2$  tabulado**

**3,173 < 9,4877**

Finalmente, se puede apreciar que el valor  $X^2$  calculado es **menor** al de  $X^2$  tabulado.

Por lo tanto, se rechaza la segunda hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

- No existe efecto del uso de los iconos en el feedback positivo del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la institución educativa Sagrado Corazón del distrito Chorrillos 2017.

### Baremo para la tercera hipótesis alterna

#### Dimensión 3A: Iconos

##### Estadísticos

N	Válido	60
	Perdidos	0
Mínimo		9,00
Máximo		24,00

Se aprecia que la dimensión iconos obtuvo un mínimo de 9 y un máximo de 24. Luego, para poder aplicar el baremo se establecieron las siguientes frecuencias: uso bajo 9 - 14, uso moderado 14 – 19 y uso alto 19 - 24.

### Dimensión 3B: Feedback negativo

#### Estadísticos

N	Válido	60
	Perdidos	0
Mínimo		3,00
Máximo		11,00

La dimensión feedback negativo obtuvo un mínimo de 3 y un máximo de 11. Luego en el baremo se establecieron las frecuencias: deficiente 3 - 5, regular 5– 8, buena 8 – 11.

Después de establecer los valores a las variables, se procedió a realizar el cruce de resultados, a través del análisis de tablas cruzadas en SPSS.

**TABLA CRUZADA ICONOS \* FEEDBACK NEGATIVO**

#### Tabulación cruzada

		FEEDBACK NEGATIVO			Total
		Deficiente	Regular	Buena	
<b>ICONOS</b>	Uso bajo	1	14	8	23
	Uso moderado	5	19	8	32
	Uso alto	1	2	2	5
Total		7	35	18	60

Asimismo, se procedió a realizar el cálculo del chi cuadrado.

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,711 <sup>a</sup>	4	,607
Razón de verosimilitud	2,981	4	,561
Asociación lineal por lineal	,828	1	,363
N de casos válidos	60		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,58.

El valor de X2 calculado resulto ser **2,711**.

Para ello, la regla del Chi cuadrado indica lo siguiente:

Si el X2 calculado > al X2 tabulado, se rechaza la hipótesis nula.

Pero si el X2 calculado < al X2 tabulado, se acepta la hipótesis nula.

Entonces:

TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado  $\chi^2$

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418

Se buscó determinar el valor del X2 tabulado en el cuadro de tabulación, que en esta oportunidad es **9,4877**. Resultado que se establece después de conocer el valor del **gl**, que en este caso es 4 y la significancia 0.05 (El valor de 0,05 = 5% es un valor establecido de acuerdo al nivel de confianza del 95%).

**X2 calculado < X2 tabulado**

**2,711 < 9,4877**

Finalmente, se puede apreciar que el valor  $X^2$  calculado es **menor** al de  $X^2$  tabulado.

Por lo tanto, se rechaza la segunda hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

- No existe efecto del uso de los iconos en el feedback negativo del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la institución educativa Sagrado Corazón del distrito Chorrillos 2017.

#### IV. DISCUSIÓN

En el presente trabajo, se ha obtenido resultados, los mismos que al ser comparados con la hipótesis general se acepta, puesto que el 42% de las alumnas encuestadas, el uso de las imágenes de los emoticones afectan en la retroalimentación del mensaje considerado casi siempre. Igualmente el 30% de las encuestadas considera que afecta siempre y el solo 3% muestra una respuesta imparcial, ya que las imágenes de los emoticones casi nunca afectan en la retroalimentación del mensaje. Por lo tanto, se afirma que el uso de los emoticones si afecta en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017.

Es por ello que mediante los resultados obtenidos y de acuerdo con Cuadrado, Mora y Fernández (2015) en “La expresión de las emociones en la comunicación virtual: el Ciberhabla”, se identifica que los emoticones afectan en el mensaje que el emisor transmite para el receptor ocasionando una mala interpretación a la hora de descifrar el significado de algunos símbolos, manifestando su punto de vista de un determinado tema según a su propia personalidad.

Por otro lado, a través de los resultados obtenidos y de acuerdo con Sánchez y Reyes (2015) en la “Alteración de los signos en el uso de los mensajes de texto escrito por los jóvenes”, se logra identificar que mayormente los emoticones si alteran en los mensajes de texto escrito existiendo diversos tipos de alteraciones como la omisión de letras, sustitución de caracteres, aumentar letras, falta de

ortografías, signo y puntuaciones afectando directamente la comprensión del mensaje, provocando malos entendidos o cambiar el sentido del texto.

Por otra parte, en la prueba del Chi cuadrado de Pearson trabajada a un nivel de confianza del 95% y con un valor de significancia de 5%, se ha obtenido un resultado favorable, donde en los datos calculados nos arroja los valores de:

$$X^2 \text{ calculado} > X^2 \text{ tabulado}$$

$$66,592 > 9,4877$$

Como podemos ver el valor  $X^2$  calculado es mayor al de  $X^2$  tabulado, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Lo que pone en evidencia que existe efecto del uso de los emoticones en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017.

Igualmente, también es importante contrastar los resultados obtenidos y de acuerdo con Fernández, Fonseca, Schmidt y Vargas (2011) en el “Impacto del uso de la mensajería instantánea (IM) y la mensajería de texto vía celular (sms) en la comunicación verbal de los estudiantes” se logra estudiar que los espacios donde confluyen una gama de signos y símbolos que son creados o usados por el usuario con el fin de abarcar la comunicación no verbal que se dan en los mensajes y chat utilizando los emoticones, generando un impacto en la mensajería instantánea y mensajería de texto vía celular en el receptor para que posteriormente pueda comprender el mensaje.

Se confirma que la teoría de Warren Weaver se encuentra vigente en la investigación porque a través de los resultados de la encuesta utilizada se logra comprobar que el uso de los emoticones es el reemplazo de los símbolos, que transmiten un significado en el mensaje que manda el emisor al receptor.

Los emoticones son parte de la semiótica por ser iconos, signos, símbolos, abreviaturas, etc, partiendo de una teoría llamada semiología.



## **V. CONCLUSIÓN**

Del análisis de los resultados y de acuerdo con el objetivo general de la investigación, se concluyó que el uso de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017, por ellas utilizan los emoticones para expresar sus emociones o estado de ánimo generando una retroalimentación comprensiva del receptor. Se ratifica que el 42% de las alumnas encuestadas consideran que casi siempre la imagen de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje por parte del receptor (tabla N° 5). Asimismo, el 32% de las estudiantes encuestadas creen que los emoticones generan siempre una retroalimentación comprensiva del mensaje (tabla N° 17).

Se concluyó que la expresión de las emociones del uso de los emoticones afecta en la percepción del mensaje en las alumnas encuestadas, porque el uso de la manifestación, distorsión y retención repercutan en la retroalimentación del mensaje. Esto implica que generalmente las alumnas sigan utilizando los emoticones en los mensajes que mandan al receptor. Se evidencia que el 45% de las alumnas encuestadas considera medianamente importante la manifestación de la retroalimentación del mensaje en el uso de los emoticones (tabla N° 11).

Se concluyó que los iconos del uso de los emoticones no afecta en el feedback positivo del mensaje en las alumnas encuestadas, porque la comprensión, ánimo y aprobación del mensaje. Esto implica que el uso de los iconos use el color para

generar un efecto en la respuesta del receptor. Se puede ratificar que el 35% de las alumnas encuestadas creen que el color de los emoticones a veces afecta en el feedback positivo en las alumnas (tabla N° 10).

Finalmente se concluyó que los iconos del uso de los emoticones no afectan en el feedback negativo del mensaje en las alumnas encuestadas a través del desacuerdo, porque el mensaje pueda que tenga una respuesta negativa. Esto implica que las alumnas no estén de acuerdo con el mensaje que manda el emisor. El 38% de las estudiantes creen que a veces generan una retroalimentación de desacuerdo del mensaje (tabla N° 20).

## **VI. RECOMENDACIONES**

Es importante tener en cuenta que el uso de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje en las alumnas. Es por esto, que se debe realizar un buen uso de los emoticones al enviar un mensaje al receptor, generalmente para poder obtener una respuesta positiva por parte del receptor y no exista una mala comprensión, distorsión, etc.

Se recomienda a las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón, que sepan utilizar bien los emoticones en los mensajes de textos para poder generar una buena interpretación del receptor logrando obtener una respuesta positiva.

Es importante tener en cuenta la expresión de las emociones de los emoticones, haciendo mención a la expresión facial y al estado de ánimo, siendo muy utilizado por la juventud. Muchos adolescentes utilizan la expresión facial para hacer más amigable e interesante el mensaje y deje de ser muy frío, logrando mejor interacción con el receptor, sin embargo, suele a veces exagerar mucho el uso de los emoticones generando una mala interpretación por parte del receptor, se recomienda a los jóvenes que al momento de escribir el mensaje no abuse mucho del uso de los emoticones para poder tener una retroalimentación del mensaje.

Se recomienda que los emoticones lo utilicemos dando una buena interpretación de lo que deseamos informar al receptor para no generar un efecto en la retroalimentación del mensaje.

## **VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

Carlos Otero (2004) Estructuras Sintácticas. Mexico. Editorial: Siglo Veintiuno.

Cuadrado, Mora, Fernández (2015) La expresión de las emociones en la comunicación virtual. El Ciberhabla. España.

Fernández, Fonseca, Schmidt y Vargas (2011) El impacto del uso de la mensajería instantánea (IM) y la mensajería de texto vía celular (SMS) en la comunicación verbal de los estudiantes del primer ingreso en el 2011 de la Escuela de las Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica. Costa Rica.

Isaac Jauli y Enrique Reig (2010) Retroalimentación Positiva. Madrid. Editorial: Colección Acción Empresarial.

Jean Klinkenberg (2008) Manual de semiótica general. Bogotá. Editorial: Panamericana Formas e Impresos.

José Echazarreta y Ángel García (2008) Lengua Castellana y Literatura. Madrid. Editorial: Editex

Pascual (2006) Fundamentos de la comunicación humana. San Vicente. Editorial: Club Universitario.

Rodrigo Ortiz (2007) Aprender a escuchar. USA. Editorial: Lulu

Yoshua Sanchez y Karen Reyes (2015) Alteración de los signos en el uso de los mensajes de texto escrito por jóvenes en la lengua española. Filipinas.

San Martín Sáez (2007) El chat. La conversación tecnológica. Barcelona. Editorial: Arco/ Libros, S.L.

Silvia Kohan (2010) Puntación para escritores y no escritores. Barcelona. Editorial: Alba.

Simón capel (2011) la comunicación juvenil a través del teléfono móvil: los sms y sus repercusiones ortográficas.

Stephen Robbins (2004) Comportamiento Organizacional. Mexico. Editorial:  
Pearson/ Educación.

Umberto Eco (1976) Una teoría de la semiótica. Barcelona. Editorial: Lumen

Viladot Presas (2012) Comunicación y Grupos Sociales. Barcelona. Editorial: UOC.

## I. ANEXOS

### Cuestionario

Edad: .....

Año: .....

Buenos días/tardes:

La presente encuesta servirá para conocer el efecto del uso de los emoticones en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la institución educativa sagrado corazón del distrito de chorrillos 2017. En ese sentido, le solicito que conteste este cuestionario con la mayor sinceridad posible.

Agradezco de antemano su colaboración

**INSTRUCCIONES:** Marque con una (X) la respuesta.

**ENCUESTA:** Efecto del uso de los emoticones en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5<sup>to</sup> de secundaria de la institución educativa sagrado corazón del distrito de chorrillos 2017

**Responda las siguientes preguntas:**

**1. ¿Con qué frecuencia utilizas la expresión facial de los emoticones en la retroalimentación del mensaje?**

A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**2. ¿Consideras qué el uso de las expresiones faciales de los emoticones influye en la retroalimentación del mensaje?**

A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**3.- ¿Consideras que el estado de ánimo de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje?**

A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**4. ¿Con qué frecuencia utilizas el estado de ánimo de los emoticones en la retroalimentación del mensaje?**

A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**5. ¿Considera usted que el uso de la imagen de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje?**

A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**6. ¿Considera usted importante el uso de la imagen de los emoticones en la retroalimentación del mensaje?**

A) Muy importante      B) Importante      C) Medianamente importante      D) Poco importante  
E) No es importante

**7. ¿Crees que la forma de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje?**

A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**8. ¿Consideras que la forma de los emoticones es importante en la retroalimentación del mensaje?**

A) Muy importante      B) Importante      C) Medianamente importante      D) Poco importante  
E) No es importante

**9. ¿Considera usted que el color de los emoticones influye en la retroalimentación del mensaje?**

A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**10. ¿Crees que el color del uso de los emoticones afecta en la repuesta del receptor?**

A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**11. ¿Considera usted impórtate la manifestación de la retroalimentación del mensaje en el uso de emoticones?**

A) Muy importante      B) Importante      C) Medianamente importante      D) Poco importante  
E) No es importante

**12. ¿Crees que la manifestación de la retroalimentación del mensaje afecte en el uso de los emoticones?**

A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**13. ¿Crees que el uso de los emoticones genera distorsión en la retroalimentación del mensaje?**

- A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**14. ¿Considera usted importante la distorsión en la retroalimentación del mensaje?**

- A) Muy importante      B) Importante      C) Medianamente importante      D) Poco importante  
E) No es importante

**15. ¿Crees que el uso de los emoticones afecta en la retención de la retroalimentación del mensaje?**

- A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**16. ¿Considera usted importante la retención de la retroalimentación del mensaje en el uso de los emoticones?**

- A) Muy importante      B) Importante      C) Medianamente importante      D) Poco importante  
E) No es importante

**17. ¿Crees que el uso de emoticones genera una retroalimentación comprensiva del mensaje?**

- A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**18. ¿Considera usted importante el ánimo de la retroalimentación del mensaje?**

- A) Muy importante      B) Importante      C) Medianamente importante      D) Poco importante  
E) No es importante

**19. ¿Cree que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de aprobación del mensaje?**

- A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**20. ¿Crees que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desacuerdo del mensaje?**

- A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**21. ¿Crees que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desánimo del mensaje?**

- A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**22. ¿Crees que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de incomprensión del mensaje?**

- A) Siempre      B) Casi siempre      C) A veces      D) Casi nunca      E) Nunca

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

 Apellidos y nombres del experto: David Durand Ato

Título y/o Grado:

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....(X) Licenciado....(X) Otros. Especifique

Universidad que labora: .....UCV...UMC...

 Fecha: 15/5/2017
**USO DE LOS EMOTICONES EN LA RETROALIMENTACIÓN DEL MENSAJE EN LAS ALUMNAS DE 5<sup>TO</sup> DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAGRADO CORAZÓN DEL DISTRITO DE CHORRILLOS 2016**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

 SUGERENCIAS: Ampliar el marco teórico a marcos de gestión → Interacción →

Firma del experto:

David Durand Ato



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

 Apellidos y nombres del experto: Tomanguilla Reyna Homero

Título y/o Grado:

Ph. D.....( ) Doctor.....(X) Magister.....( ) Licenciado.....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: .....UCV.....

 Fecha: 15/05/2017
**USO DE LOS EMOTICONES EN LA RETROALIMENTACIÓN DEL MENSAJE EN LAS  
 ALUMNAS DE 5<sup>TO</sup> DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAGRADO CORAZÓN  
 DEL DISTRITO DE CHORRILLOS 2016**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:


Tomanguilla Reyna Homero  
 Nombre y apellidos

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

 Apellidos y nombres del experto: Labañ Salguero, Magaly Patricia

Título y/o Grado:

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....(X) Licenciado....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: .....UCV.....

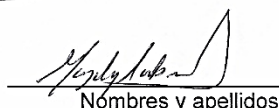
 Fecha: 17/5/2017
**USO DE LOS EMOTICONES EN LA RETROALIMENTACIÓN DEL MENSAJE EN LAS ALUMNAS DE 5<sup>TO</sup> DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAGRADO CORAZÓN DEL DISTRITO DE CHORRILLOS 2016**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		Debe ser mejor estructurado
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?		X	Se debe mejorar redacción
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?		X	
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?		X	Debe ser más sencillo con palabras según el nivel educativo
TOTAL				

 SUGERENCIAS: Especificar la variable retroalimentación, ver su coherencia. Estructurar mejor la encuesta.

Firma del experto:


 Nombres y apellidos

 MAGALY PATRICIA  
 LABAÑ SALGUERO

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

 Apellidos y nombres del experto: Ana María Montel Fibuena

Título y/o Grado:

 Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....(☒) Licenciado....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: .....UCV.....

 Fecha: 14-11-2016
**USO DE LOS EMOTICONES EN LA RETROALIMENTACIÓN DEL MENSAJE EN LAS ALUMNAS DE 5<sup>TO</sup> DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAGRADO CORAZÓN DEL DISTRITO DE CHORRILLOS 2016**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

Firma del experto:


Ana María Montel Fibuena  
 Nombres y apellidos



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

 Apellidos y nombres del experto: Perez Osorio Jeannett.

Título y/o Grado:

 Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....☒ Licenciado.....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: .....UCV.....

 Fecha: 15-11-2016
**USO DE LOS EMOTICONES EN LA RETROALIMENTACIÓN DEL MENSAJE EN LAS ALUMNAS DE 5<sup>TO</sup> DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAGRADO CORAZÓN DEL DISTRITO DE CHORRILLOS 2016**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:\_\_\_\_\_

Firma del experto:


Jeannett Perez Osorio.  
 Nombres y apellidos

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

 Apellidos y nombres del experto: MONTAÑA MONTERO MIRTHA

Título y/o Grado:

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....( ) Licenciado....(X) Otros. Especifique

Universidad que labora: .....UCV.....

 Fecha: 15-11-16
**USO DE LOS EMOTICONES EN LA RETROALIMENTACIÓN DEL MENSAJE EN LAS ALUMNAS DE 5º DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAGRADO CORAZÓN DEL DISTRITO DE CHORRILLOS 2016**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		La primera pregunta se relaciona a los datos. Se puede cambiar.
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		Los preguntas relacionadas al indicador medición pueden haberse más claras y sencillas.
TOTAL				

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

Firma del experto:


MIRTHA MONTAÑA MONTERO  
 Nombres y apellidos

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
<u>General</u>  ¿De qué manera el uso de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017?	<u>General</u>  Establecer de qué manera el uso de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017	<u>General</u>  El uso de los emoticones si afecta en la retroalimentación del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017	<u>Variable Independiente:</u>  <b>Uso de los emoticones</b>  Los emoticones son la presentación de los símbolos del teclado que se utilizan de manera tal que reflejan expresiones faciales. Se asume extensamente que expresan emoción y con frecuencia se lo describe como sustitutos emocionales como asentir con la cabeza, las expresiones faciales, la postura y el contacto visual que se encuentran en la comunicación cara a cara, cuando nos comunicamos por ordenador a menudo incorporamos emoticones como indicadores visuales para acrecentar el significado de los	Son el conjunto de dibujos que sirve para expresar emociones o ideas que acompañan a la conversación para reforzar el contenido de los medios de comunicación que son las redes sociales. Los emoticones son el reemplazo de los indicadores no verbales y hoy en día son muy utilizados para sustituir las palabras dentro de una frase.	Emociones	Expresión facial	¿Con qué frecuencia utilizas la expresión facial de los emoticones en la retroalimentación del mensaje?  ¿Consideras qué el uso de las expresiones faciales de los emoticones influye en la retroalimentación del mensaje?
<u>Específicos</u>  a) ¿De qué manera el uso de la expresión de las emociones afecta en la percepción del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017?	<u>Específicos</u>  a) Describir de qué manera el uso de la expresión de las emociones afecta en la percepción del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017	<u>Alternas</u>  a) El uso de la expresión de las emociones si afecta en la percepción del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017.				Estado de ánimo	¿Consideras que el estado de ánimo de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje?  ¿Con qué frecuencia utilizas el estado de ánimo de los emoticones en la retroalimentación del mensaje?
					Iconos	Imagen	¿Considera usted qué el uso de la imagen de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje?  ¿Considera usted importante el uso de la imagen de los emoticones en la retroalimentación del mensaje?
	b) Describir de qué manera el uso de los	b) El uso de los iconos si afecta en los canales				Forma	¿Crees que la forma de los emoticones afecta en la retroalimentación del mensaje?  ¿Consideras que la forma de los emoticones es importante en la retroalimentación del mensaje?

b) ¿De qué manera el uso de los iconos afecta en los canales del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017?	iconos afecta en los canales del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017.	del mensaje en las alumnas de 5to de secundaria de la Institución Educativa Sagrado Corazón del distrito de Chorrillos 2017.	mensajes electrónicos textuales. (Viladot P, 2012)			Color	<p>¿Considera usted qué el color de los emoticones influye en la retroalimentación del mensaje?</p> <p>¿Crees que el color del uso de los emoticones afecta en la repuesta del receptor?</p>
			<p><b><u>Variable dependiente</u></b></p> <p><b>Retroalimentación del mensaje</b></p> <p>La retroalimentación o feedback es la respuesta que da el receptor a la comunicación del emisor. Son los mensajes que devuelve como consecuencia del comunicado. El feedback cierra el proceso de la escucha activa, revelando al interlocutor que hemos captado e interpretado correctamente la intención de su mensaje desde su punto de vista.</p> <p>(Ortiz,2007)</p>	La retroalimentación del mensaje es el proceso a través del cual la persona que recibe un mensaje se comunica con la persona que envió el mensaje implica un canal doble de comunicación, que va desde el emisor hasta el receptor y de vuelta.	Percepción	Manifestación	<p>¿Considera usted impórtate la manifestación de la retroalimentación del mensaje en el uso de emoticones?</p> <p>¿Crees que la manifestación de la retroalimentación del mensaje afecte en el uso de los emoticones?</p>
						Distorsión	<p>¿Crees que el uso de los emoticones genera distorsión en la retroalimentación del mensaje?</p> <p>¿Considera usted importante la distorsión en la retroalimentación del mensaje?</p>

						Retención	<p>¿Crees que el uso de los emoticones afecta en la retención de la retroalimentación del mensaje?</p> <p>¿Considera usted importante la retención de la retroalimentación del mensaje en el uso de los emoticones?</p>
					Feedback Positivo	Comprensión	¿Crees que el uso de emoticones genera una retroalimentación comprensiva del mensaje?
						Ánimo	¿Considera usted importante el ánimo de la retroalimentación del mensaje?
						Aprobación	¿Cree que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de aprobación del mensaje?
					Feedback Negativo	Desacuerdo	¿Crees que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desacuerdo del mensaje?
						Desánimo	¿Crees que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de desánimo del mensaje?
						Incomprensión	¿Crees que el uso de los emoticones genera una retroalimentación de incomprensión del mensaje?



## PROGRAMA SPSS 20:

\*LOS EMOTICONES.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

\*LOS EMOTICONES.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Edad	Númérico	3	0	Edad	{1, a) 15}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
2	Grado	Númérico	8	0	Año	{1, a) 5to A}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P1	Númérico	8	0	¿Con qué frecue...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P2	Númérico	8	0	¿Consideras que...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P3	Númérico	8	0	¿Considera que l...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P4	Númérico	8	0	¿Con qué frecue...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P5	Númérico	8	0	¿Considera uste...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P6	Númérico	8	0	¿Considera uste...	{1, a) Muy import...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P7	Númérico	8	0	¿Crees que la for...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P8	Númérico	8	0	¿Consideras que...	{1, a) Muy import...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P9	Númérico	8	0	¿Considera uste...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P10	Númérico	8	0	¿Crees que el co...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P11	Númérico	8	0	¿Considera uste...	{1, a) Muy import...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P12	Númérico	8	0	¿Crees que la m...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P13	Númérico	8	0	¿Crees que el us...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P14	Númérico	8	0	¿Considera uste...	{1, a) Muy import...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P15	Númérico	8	0	¿Crees que el us...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P16	Númérico	8	0	¿Considera uste...	{1, a) Muy import...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P17	Númérico	8	0	¿Con qué frecue...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P18	Númérico	8	0	¿Crees que el us...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada
21	P19	Númérico	8	0	¿Con qué frecue...	{1, a) Siempre}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
22	P20	Númérico	8	0	¿Considera uste...	{1, a) Muy import...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada
23											
24											
25											

Vista de datos Vista de variables

## PRUEBA DEL CHI CUADRADO:

TESIS LOS EMOTICONES.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Edad	Númerico	3	0	Edad	{1, a} 15...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada
2	Grado	Númerico	8	0	Año	{1, a} 5to A...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P1	Númerico	8	0	¿Con que frec...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P2	Númerico	8	0	¿Consideras qu...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P3	Númerico	8	0	¿Considera que...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P4	Númerico	8	0	¿Con qué frec...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	SUMDIM1A	Númerico	8	2		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P5	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P6	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, a} Muy i...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P7	Númerico	8	0	¿Crees que la f...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P8	Númerico	8	0	¿Consideras qu...	{1, a} Muy i...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P9	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P10	Númerico	8	0	¿Crees que el ...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	SUMDIM1B	Númerico	8	2		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	SUMDIM1C	Númerico	8	2		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	SUMAVAR1	Númerico	8	2		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P11	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, a} Muy i...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P12	Númerico	8	0	¿Crees que la ...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P13	Númerico	8	0	¿Crees que el ...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P14	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, a} Muy i...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	P15	Númerico	8	0	¿Crees que el ...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	P16	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, a} Muy i...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	SUMDIM2A	Númerico	8	2		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	P17	Númerico	8	0	¿Crees que el ...	{1, a} Siemp...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	P18	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, a} Muy i...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

ES 05:04 p.m. 01/07/2017

TESIS LOS EMOTICONES.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 40 de 40 variables

	P19	SUMDIM2B	P20	P21	P22	SUMDIM2C	SUMAVAR2	CATSUMVAR1	CATSUMDIM1	CATSUMDIM2	CATSUMDIM2A	CATSUMDIM2B	CATSUMD
1	2	6,00	2	1	1	4,00	24,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	
2	1	3,00	1	1	1	3,00	22,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	
3	2	5,00	5	3	2	10,00	28,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
4	2	7,00	3	3	3	9,00	36,00	2,00	2,00	2,00	3,00	1,00	
5	3	6,00	4	2	2	8,00	35,00	2,00	1,00	2,00	3,00	1,00	
6	1	3,00	1	5	3	9,00	33,00	1,00	1,00	2,00	3,00	1,00	
7	1	3,00	1	4	3	8,00	32,00	1,00	1,00	2,00	3,00	1,00	
8	1	3,00	1	2	4	7,00	33,00	1,00	1,00	3,00	3,00	1,00	
9	3	8,00	3	5	3	11,00	34,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	
10	2	9,00	3	2	3	8,00	30,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	
11	3	9,00	4	2	2	8,00	36,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	
12	2	6,00	2	1	3	6,00	27,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	
13	3	7,00	3	2	2	7,00	29,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	
14	5	15,00	5	4	2	11,00	54,00	3,00	3,00	3,00		3,00	
15	3	8,00	3	4	2	9,00	36,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	
16	4	9,00	3	3	1	7,00	34,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	
17	1	4,00	1	5	1	7,00	26,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	
18	1	3,00	1	3	5	9,00	20,00	1,00	1,00	1,00		1,00	
19	1	4,00	2	3	1	6,00	27,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	
20	2	5,00	2	2	1	5,00	28,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	
21	3	7,00	3	1	2	6,00	34,00	2,00	1,00	2,00	3,00	1,00	
22	1	10,00	2	2	4	8,00	32,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	
23	3	7,00	3	1	3	7,00	30,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

ES 05:05 p.m. 01/07/2017



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

fb/ucv.peru  
@ucv\_peru  
#saliradelante  
ucv.edu.pe

*"Año de la consolidación del Mar de Grau"*

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

CP-223-2016-II- FCC/LIMA-NORTE

Lima, 31 de octubre del 2016

**Hermana**  
**Celia Núñez Villegas**  
**COLEGIO "SAGRADO CORAZON" - Chalet**  
Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente permítame saludarles cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; Quien actualmente se encuentra cursando el IX ciclo (semestre 2016-II) en nuestra Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

APELLIDOS Y NOMBRES	CODIGO	DNI
CRUZADO MOTTA STEPHANIE ROCIO	6700229905	47070281

En el marco de la agenda académica, el estudiante solicita realizar encuestas para su Proyecto de Investigación, para cuyo efecto solicitamos a ustedes otorgar las facilidades necesarias y señalar el día, fecha y hora de la visita.

Agradezco por anticipado la atención que brinde a la presente.

Atentamente,



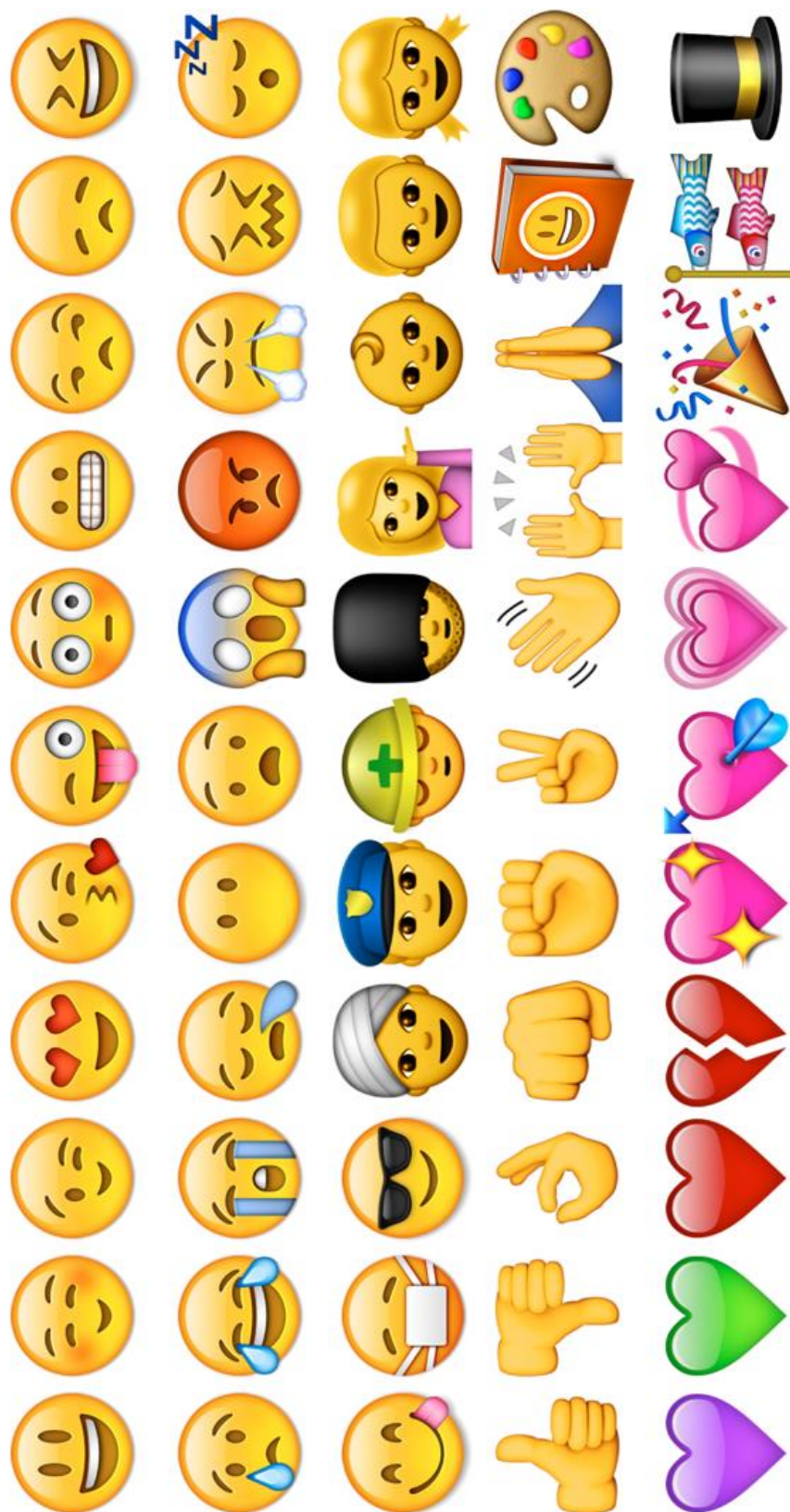
  
**Mg. Cecilia Brenner Galarza**  
Directora  
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Cesar Vallejo  
Lima Norte



**IMA NORTE** Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos. Tel.: (+511) 202 4342 Fax.: (+511) 202 4343  
**IMA ESTE** Av. del Parque 640, Urb. Canto Rey, San Juan de Lurigancho Tel.: (+511) 200 9030 Anx.: 2510.  
**TE** Carretera Central Km. 8.2 Tel.: (+511) 200 9030 Anx.: 8184  
**ALLAO** Av. Argentina 1795 Tel.: (+511) 202 4342 Anx.: 2650.

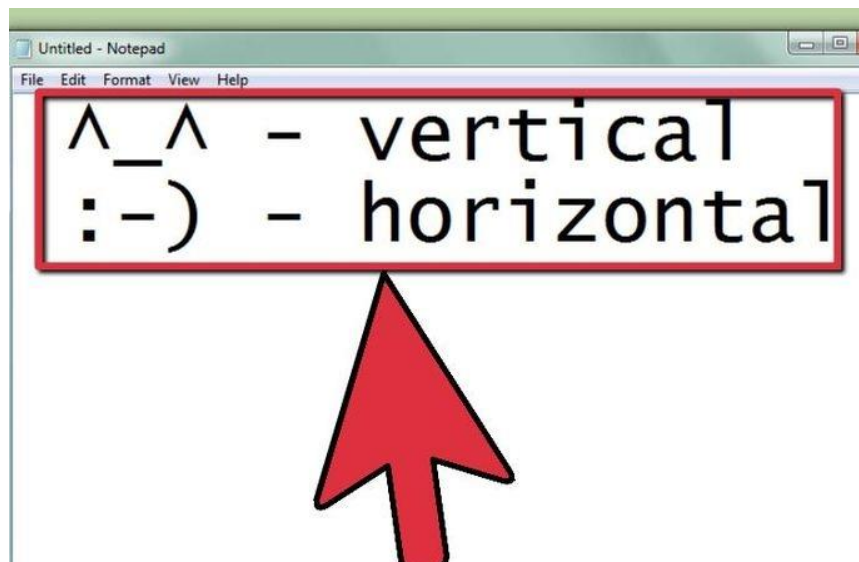
*Para el mes de  
Abril. 2017*

## Los emoticones





## Historia:



Meaning of emoticons in USA/Europe:		Meaning of emoticons in Japan:	
:-)	normal laugh	(^_^)	normal laugh
:-(	saddened	(^o^;>)	pardon!
;-)	wink	(^_^;)	cold sweat
:-))	very happy	(^o^)	happy
:-o	wow!	(*^o^*)	excited
:-	strict	(_o_)	I am sorry
:-	angry	(^ . ^)	girls laugh
8-)	laugh with spectacles	(*^_^*~)	sorry



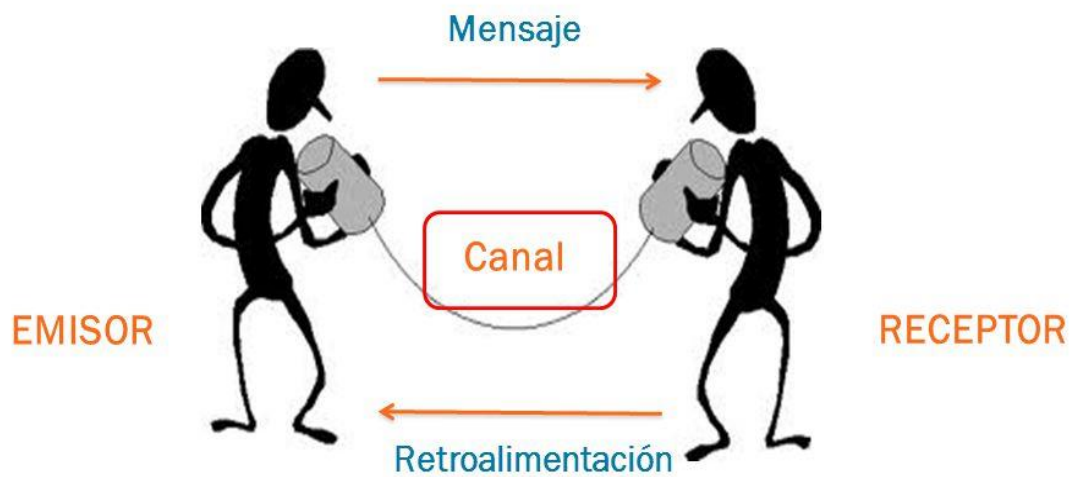
E.	Significado	Atajo de teclado	E.	Significado	Atajo de teclado
😊	Sonrisa	:~) :) :] =)	😬	Morritos	:3
😂	Carcajada	:-D :D =D	👼	Ángel	O:) O:-)
😞	Tristeza	:-( :( :[ =(	😈	Demonio	3:) 3:-)
😭	Llanto	:'(	🕶️	Gafas	8-) 8) B-) B)
😵	Confusión	o.O O.o	❤️	Corazón	<3
😬	Sacar la lengua	:-P :P :-p :p =P	😄	Felicidad	^_^
😱	Susto	:-O :O :-o :o	😘	Beso	:-* :*
😒	Gruñón	>:( >:-(	🕶️	Gafas de sol	8-  8  8-  8
😰	Inseguro	:/ :-/ :\ :-\	🤖	Robot	: ]
😊	Guiño	;-) ;)	🐧	Pingüino	<('')
😬	Asco	>:O >:-O >:o >:-o	🦈	Tiburón	(^^^)
😏	Mirar de reojo	~_~	👤	Putnam	:putnam:
🤪	Comecocos	:v	42	42	:42:

tristeza:	😞	😞	:(	simplificación	:(
risa:	😂	:D	:D	simplificación	:D
descojone:	😂	XD	XD	simplificación	XD
burla:	😏	:P	:P	simplificación	:P
guiño:	😊	;) )	;) )	simplificación	;) )
hummm:	😏	:/	:/	simplificación	:/
con gafas:	🕶️	8)	8)	simplificación	8)

Retroalimentación del mensaje:



### PROCESO DE COMUNICACIÓN



Regalame 🎁 tu risa 😊 ..  
 enseñame a soñar 😴💭 con solo  
 una caricia 🖐 me pierdo en este  
 mar 🏊 ... Regalame 🎁 tu  
 estrella ✨ la que ilumina 💡 esta  
 noche 🌙 🌌 ..  
 Haces que mi cielo 🌤 vuelva a  
 tener ese azul 🟦 pintas 🖍 de  
 colores 🎨 mis mañanas solo  
 tú 👉 🚶 navego 🏊 entre las  
 olas 🌊 de tu voz 🎤



TURNITIN:



Visualizador de Documentos de Turnitin - Google Chrome

[https://turnitin.com/dv?s=1&o=828505321&u=1064052354&student\\_user=1&lang=es&](https://turnitin.com/dv?s=1&o=828505321&u=1064052354&student_user=1&lang=es&)

DESARROLLO PROYECTO 2017 I

entrega de ejercicio para el 21-Jul-2017\*

Originality

GradeMark

PeerMark

Probar la nueva interfaz fácil de usar

turnitin

16% SIMILAR

Resumen de Coincidencias

ACTUALMENTE VIENDO FUENTES ESTÁNDAR

EN Ver fuentes en Inglés (Beta)

COINCIDENCIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe fuente de Internet	5%
2	prezi.com fuente de Internet	2%
3	docplayer.es fuente de Internet	2%
4	pt.scribd.com fuente de Internet	1%
5	Entregado a Universida... Trabajo de estudiante	1%

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

22

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EFFECTO DEL USO DE LOS EMOTICONES EN LA RETROALIMENTACIÓN DEL MENSAJE EN LAS ALUMNAS DE 5TO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAGRADO CORAZÓN DEL DISTRITO DE CHORRILLOS 2017

1

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

PÁGINA: 1 DE 89

Q

Visualización solo texto de...

cdigital.uv.mx

10%

Inicio

Turnitin - Google Chr...

Visualizador de Docu...

DESARROLLO TESTS

E5

11:16 a.m.

89